

## Travail de Bachelor Filière Tourisme

Comment augmenter l'impact économique du tourisme  
d'affaires dans le Canton de Neuchâtel ?



Étudiant : Bibiane Ferreira Oliveira

Professeur : Enrico Zuffi

Déposé le : 8 juillet 2013

## RÉSUMÉ

Le Canton de Neuchâtel est réputé pour son industrie horlogère et microtechnique. En revanche, le tourisme, et plus particulièrement le tourisme d'affaires, n'est pas reconnu comme étant un élément important pour son économie. C'est pourquoi, ce travail s'intéresse aux améliorations pouvant augmenter l'impact économique du tourisme d'affaires dans cette région. Pour cela, une recherche bibliographique et différents entretiens ont été menés. De plus, un atelier a été organisé au Swiss Creative Center et un questionnaire a été envoyé à plusieurs hôteliers du Canton de Neuchâtel. Ce travail se divise en trois parties : une première partie théorique s'intéresse au secteur du tourisme d'affaires et aux impacts économiques de ce dernier. Ensuite, plusieurs éléments liés à ce segment ont été répertoriés, tels que les hôtels et les salles de conférences du Canton. Finalement, plusieurs propositions ont été amenées. Il en résulte que le secteur du tourisme d'affaires n'est que très peu connu dans la région (de même que son impact économique) et que, par conséquent, peu d'actions sont menées afin de le développer. C'est pourquoi, il serait intéressant d'effectuer une étude sectorielle qui permettrait de déterminer l'impact économique de ce secteur dans le Canton. De plus, il conviendrait de revoir le lien entre Neuchâtel Tourisme et Jura & Trois-Lacs (société de marketing pour la région Trois-Lacs) afin d'éviter que Neuchâtel soit désavantagé dans ce regroupement.

Mots-clés : Tourisme d'affaires, Neuchâtel, impact économique, MICE

## **AVANT-PROPOS ET REMERCIEMENTS**

L'envie d'effectuer un travail de Bachelor sur le tourisme d'affaires dans le Canton de Neuchâtel est partie de l'impression personnelle que la population neuchâteloise ne voit pas l'intérêt de développer le tourisme dans la région. En effet, l'industrie horlogère est fortement implantée dans le Canton et elle est en grande partie responsable de la bonne santé économique de Neuchâtel. Par conséquent, la population ne ressent pas le besoin qu'un autre secteur se développe, alors que la diversité de l'économie est un atout inestimable. Pour imaginer cela, il suffit de se rappeler à quel point Neuchâtel a souffert de la crise horlogère des années 70. Ce travail poursuit deux buts : le premier étant de déterminer si la région possède les infrastructures nécessaires pour qu'une branche telle que le tourisme d'affaires se développe et le deuxième est de proposer des solutions pour accroître ce segment. Deux études universitaires avaient été menées, l'une en 1996 et l'autre en 2003. Ces dernières traitaient de l'intérêt et des possibilités d'expansion du tourisme d'affaires dans le Canton de Neuchâtel. Toutefois, aucune initiative n'a été entreprise suite aux propositions de ces deux travaux. De plus, en 2009, une société de marketing, Jura & Trois-Lacs a été créée afin d'assurer la promotion, entre autres, du Canton de Neuchâtel. Grâce à cette nouvelle société les moyens investis pour la promotion et le marketing sont plus élevés, ce qui doit favoriser le développement du tourisme d'affaires. C'est la raison pour laquelle ces éléments doivent être pris en considération lors de la rédaction de ce travail. Chaque prestataire lié au tourisme d'affaires possède ses propres intérêts qu'il est nécessaire de prendre en compte afin de développer des solutions applicables. De plus, aucune étude n'a été menée dans le Canton de Neuchâtel afin d'estimer le tourisme d'affaires. Par conséquent, afin de chiffrer l'impact économique de ce secteur, il a fallu se baser sur des estimations. Un questionnaire a été envoyé permettant ainsi de déterminer son importance dans la région.

Ce travail débute par une partie théorique dans laquelle est présentée le secteur du tourisme d'affaires ainsi que l'impact économique que ce dernier peut avoir sur une région. Ensuite, il a été nécessaire d'établir, de façon détaillée, une liste des différents éléments liés au tourisme d'affaires (exemple : hôtels, salles de conférences, activités touristiques, etc.). Les entretiens qualitatifs et les questionnaires envoyés ont permis de comprendre la

structure touristique en place et des enjeux de chaque prestataire lié au tourisme. De plus, un atelier a été organisé, regroupant plusieurs personnes de différents domaines, afin de réfléchir en groupe pour quelle raison le tourisme d'affaires est si peu développé dans le Canton et quelles sont les solutions à adopter pour y remédier.

Plusieurs personnes ont contribué, d'une manière ou d'une autre, à la réalisation de ce travail. C'est pourquoi, je tiens à remercier :

- Vincent Matthey, Catherine Margueron, Florian Némethi pour le temps qu'ils m'ont accordé durant les différents entretiens ;
- Adriana Curovic, Aude Olesen, Matthieu Aubert et François Giorgianni pour leur participation à l'atelier au Swiss Creative Center ;
- Enrico Zuffi pour ses nombreux conseils et sa participation à l'atelier au Swiss Creative Center ;
- Patricia Da Costa, Julien Moeschler et Orlando Marguccio pour leur soutien

## TABLE DES MATIÈRES

Liste des tableaux.....	viii
Liste des figures.....	ix
Liste des abréviations.....	x
Introduction.....	1
1. L'économie neuchâteloise en quelques chiffres .....	2
1.1. Le tourisme neuchâtelois.....	2
2. Le tourisme d'affaires.....	2
2.1. La définition du tourisme d'affaires.....	3
2.2. Le voyage d'affaires VS le tourisme d'affaires .....	3
2.3. Les impacts économiques du tourisme d'affaires .....	7
2.3.1. Les impacts économiques directs.....	7
2.3.2. Les impacts économiques indirects.....	8
2.3.3. Les impacts économiques induits.....	9
2.3.4. L'effet multiplicateur .....	9
3. Problématique et hypothèse.....	12
4. Le tourisme d'affaires dans le Canton de Neuchâtel .....	13
4.1. L'accès .....	13
4.2. L'hôtellerie .....	13
4.3. Les infrastructures.....	20
4.3.1. Les diverses salles dans le Canton .....	20
4.3.2. Les salles de l'Université .....	21
4.4. L'offre culturelle.....	21
4.4.1. Le Creux du Van .....	22
4.4.2. Les musées.....	22

4.4.3.	Le site UNESCO.....	23
4.4.4.	Les visites guidées.....	23
4.5.	Ce qui fait une destination d'affaires.....	23
4.6.	Jura & Trois-Lacs .....	25
4.6.1.	La stratégie MICE de Jura & Trois-Lacs .....	25
4.7.	Les résultats du questionnaire .....	26
5.	Les concurrents au Canton de Neuchâtel .....	32
5.1.	Le centre des congrès de Bienne .....	33
5.2.	Le centre des congrès d'Yverdon-les-Bains .....	33
5.3.	Le résultat du benchmark .....	34
5.4.	L'analyse SWOT .....	34
6.	Les tendances dans le tourisme d'affaires .....	37
7.	Les propositions de solutions pour améliorer l'impact économique du tourisme d'affaires dans le Canton de Neuchâtel.....	40
7.1.	Le Créatelier au Swiss Creative Center .....	40
7.2.	Les propositions de solutions au niveau de la communication et de l'information .	46
7.2.1.	Jura & trois-lacs.....	46
7.2.2.	La promotion économique .....	52
7.2.3.	Les hôteliers .....	53
7.3.	Les propositions de solutions au niveau de l'offre hôtelière.....	53
7.4.	Les propositions de solutions au niveau des infrastructures .....	54
7.5.	Le récapitulatif des propositions de solutions.....	56
	Conclusion .....	58
	Références.....	60
	Annexe I : Population urbaine des agglomérations (2011) .....	65

Annexe II :	Retranscription entretien avec Vincent Matthey.....	66
Annexe III :	Hôtels et campings, par Canton, 2011 .....	70
Annexe IV :	Carte présentant les districts du Canton de Neuchâtel .....	71
Annexe V :	Liste complète des hôtels dans le Canton de Neuchâtel .....	72
Annexe VI :	Questionnaire envoyé aux hôteliers du Canton de Neuchâtel .....	80
Annexe VII :	Exemple de la demande d'informations envoyée à la ville de Bienne et Yverdon-les-Bains sur l'impact économique du tourisme d'affaires .....	83
Annexe VIII :	Communication personnelle avec Adriana Curovic .....	84

## LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1 -	Types de réunions.....	5
Tableau 2 -	Répartition des nuitées hôtelières suisse en fonction des divisions régionales en 2011 .....	7
Tableau 3 -	L'effet multiplicateur selon la région .....	11
Tableau 4 -	Chambres disponibles des hôtels étoilés dans le Canton .....	15
Tableau 5 -	Hôtels avec salle de conférences - district Neuchâtel.....	16
Tableau 6 -	Hôtels avec salle de conférences - district La Chaux-de-Fonds.....	17
Tableau 7 -	Hôtels avec salle de conférences - district de Boudry.....	17
Tableau 8 -	Hôtels avec salle de conférences - district Val-de-Travers.....	18
Tableau 9 -	Hôtels avec salle de conférences - district Val-de-Ruz .....	18
Tableau 10 -	Hôtels avec salle de conférences - district du Locle .....	19
Tableau 11 -	Salles à disposition dans le Canton en fonction du nombre de places .....	20
Tableau 12 -	Salles à disposition à l'université de Neuchâtel en fonction du nombre de places .....	21
Tableau 13 -	Liste des musées du Canton de Neuchâtel.....	22
Tableau 14 -	Hôtels non-classé dans le système des étoiles ayant répondu à l'enquête.....	27
Tableau 15 -	Hôtels * ayant répondu à l'enquête .....	28
Tableau 16 -	Hôtels ** ayant répondu à l'enquête .....	29
Tableau 17 -	Hôtels *** ayant répondu à l'enquête .....	29
Tableau 18 -	Hôtels **** ayant répondu à l'enquête .....	30
Tableau 19 -	Hôtels ***** ayant répondu à l'enquête .....	30
Tableau 20 -	Benchmark entre Bienne, Yverdon-les-Bains et le Canton de Neuchâtel.....	32
Tableau 21 -	Mesures développant le tourisme d'affaires .....	56
Tableau 22 -	Mesures attirant davantage de touristes d'affaires.....	57
Tableau 23 -	Mesures incitant les touristes d'affaires à dépenser davantage .....	57



## **LISTE DES FIGURES**

Figure 1 - Structure de l'industrie du tourisme d'affaires .....	4
Figure 2 - Salles à disposition au Palais des congrès .....	33
Figure 3 - Analyse SWOT du Canton de Neuchâtel.....	35
Figure 4 - Exigences des associations et des entreprises .....	37
Figure 5 - Photo de la cible .....	44
Figure 6 - Demande d'offre – client mystère.....	49
Figure 7 - Message de confirmation – Venue Finder.....	50
Figure 8 - Maquette du Swiss Watch Arena .....	55

## **LISTE DES ABRÉVIATIONS**

CNCI	Chambre neuchâteloise du commerce et de l'industrie
EPT	Emploi plein temps
MICE	Meetings, Incentives, Exhibitions, Conventions
UNESCO	Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture
USP	Unique Selling Proposition
SCC	Swiss Creative Center
SWA	Swiss Watch Arena

## INTRODUCTION

Le Canton de Neuchâtel, dont fait partie la troisième ville la plus grande de Suisse romande et la plus haute d'Europe, soit La Chaux-de-Fonds, se présente comme étant un canton industriel, spécialisé dans l'industrie horlogère et microtechnique. Des entreprises telles que Tag Heuer, Tissot, Ulysse Nardin ou encore Ebel se sont implantées dans le Canton de Neuchâtel. De plus, les villes de La Chaux-de-Fonds et du Locle sont inscrites au patrimoine mondial de l'UNESCO (Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture) pour leur urbanisme horloger, notamment l'Art Nouveau. L'architecte Le Corbusier est né et a vécu à La Chaux-de-Fonds, où il est possible d'y découvrir plusieurs de ses œuvres. Il serait alors légitime de penser que le Canton de Neuchâtel accueille de nombreux touristes de loisirs ou d'affaires. Toutefois, la réalité est toute autre ; les chiffres prouvent le contraire, le tourisme (de loisirs et d'affaires) est faible dans le Canton.

C'est de ce constat qu'est venue l'idée de réaliser un travail sur les mesures à entreprendre afin de faire croître l'impact économique du tourisme d'affaires dans le Canton de Neuchâtel.

Ce travail commence par une définition et une présentation du tourisme d'affaires, incluant les impacts économiques de ce dernier dans une région et plus particulièrement le Canton de Neuchâtel. Ensuite, tous les hôtels pouvant accueillir des touristes d'affaires et/ou des conférences ont été répertoriés. Il en a été de même pour les salles du Canton aménagées pour des réunions ainsi que les activités touristiques. Finalement, des propositions d'améliorations ont été faites suite au questionnaire envoyé aux hôteliers du Canton et à l'atelier organisé au Swiss Creative Center.

## **1. L'économie neuchâteloise en quelques chiffres**

« Neuchâtel est le plus horloger des cantons suisses » (SwissCommunity.org, 2010). C'est ainsi que la plate-forme des Suisses à l'étranger présente le Canton de Neuchâtel. En effet, un tiers des emplois du Canton se situent dans le secteur horloger. De plus, l'économie cantonale se base sur les micro- et nanotechnologies, avec ses nombreux instituts et centres de recherche et de développement. (SwissCommunity.org, 2010).

### **1.1. LE TOURISME NEUCHÂTELOIS**

En termes de nuitées, le Canton de Neuchâtel se trouve dans le bas du classement. En effet, en 2012, le Canton a réalisé 234'092 nuitées, le positionnant ainsi à la 19<sup>e</sup> place. Le canton ayant réalisé le plus grand nombre de nuitées est celui des Grisons, avec 5'064'195 nuitées. (Office fédéral de la statistique, 2013a). En mai 2013, sur les 21'251 nuitées totales du Canton, 11'890 provenaient de clients suisses (Office fédéral de la statistique, 2013b).

## **2. Le tourisme d'affaires**

Au 19<sup>e</sup> siècle, l'Europe et l'Amérique du Nord voient apparaître le besoin de créer de grands espaces afin que les gens puissent se réunir, en particulier ceux provenant du monde académique. Les hôtels proposent de plus en plus de louer des salles dédiées aux réunions scientifiques. (M.S, 2010). Selon Dupuy (2005, p. 38), « le congrès serait donc né de la nécessité qu'ont éprouvée les hommes, de toutes professions et de toutes origines sociales, de se réunir pour confronter leurs points de vue et faire progresser leurs recherches professionnelles ou leur idéal ». Au début du 20<sup>e</sup> siècle, de nouveaux types de réunions émergent : les entreprises veulent mieux former leurs collaborateurs, principalement ceux dans le domaine de la vente. (M.S, 2010). De nos jours, « le tourisme d'affaires fait maintenant partie intégrante de la stratégie des entreprises » (Stratégies.fr, 2013).

## 2.1. LA DÉFINITION DU TOURISME D'AFFAIRES

Voici une définition générale du tourisme d'affaires :

Business travel comprises all trips whose purpose is linked with the traveller's employment or business interests. These trips may be necessary in order to enable the actual work to be carried out ; or they may enable the employee to learn how to do their job more effectively ; or they may be given by the employer as a reward for a job well done. (Davidson & Cope, 2003, p. 3)

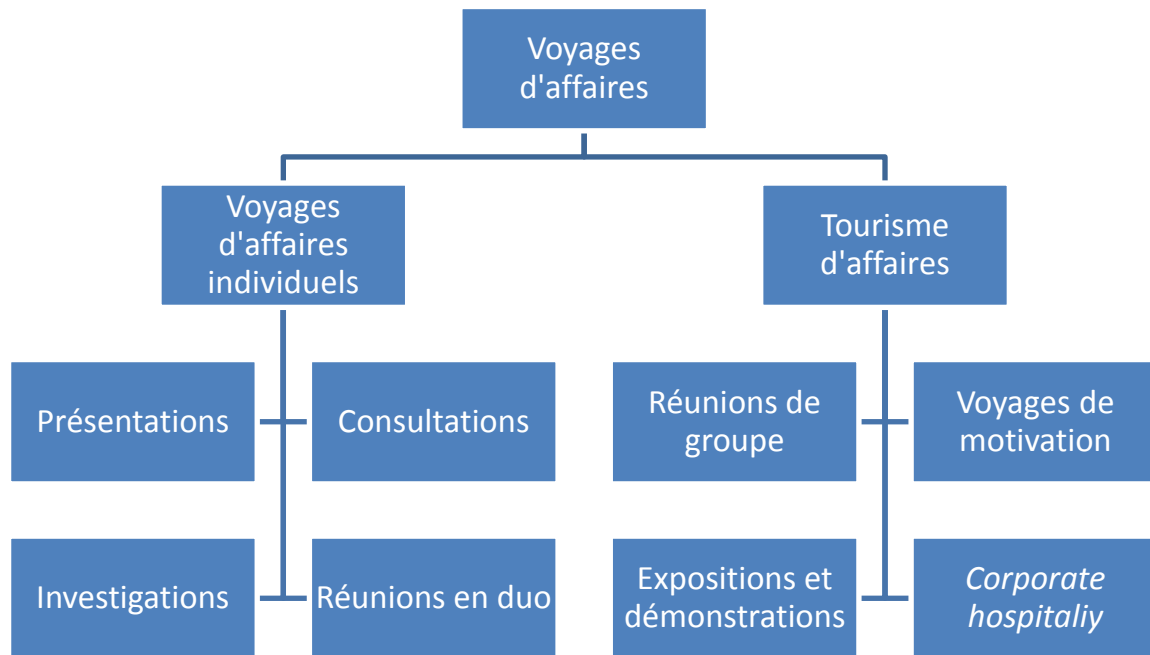
Selon Dupuy (2005, p. 8), « le tourisme d'affaires demeure la meilleure terminologie pour qualifier cette industrie très particulière du voyage, le plus souvent touristique, réalisée pour encadrer, stimuler, développer, créer des affaires et communiquer. »

## 2.2. LE VOYAGE D'AFFAIRES VS LE TOURISME D'AFFAIRES

De manière générale, tout déplacement impliquant une nuitée réalisée pour un motif professionnel est considéré comme tourisme d'affaires (Stratégies.fr, 2013). Dans ce cas, quelle est la définition du voyage d'affaires ? Dutertre (cité dans Dupuy, 2005, p. 12) affirme que le tourisme d'affaires est en tout point différent du voyage d'affaires. En effet, le voyage d'affaires est un bref séjour qu'entreprend un homme d'affaires, souvent à titre individuel, pour le compte d'une entreprise, dans le cadre de son activité quotidienne. Par exemple, l'entreprise fera appel à des agences de voyages classiques pour réserver des places d'avion. Tandis que le tourisme d'affaires est une action marketing menée par une entreprise visant ses clients ou ses collaborateurs (public-cible). L'outil utilisé est le voyage et l'objectif recherché est de motiver, stimuler le public-cible tout en lui communiquant toutes sortes d'informations ayant trait à l'entreprise. Avec cette définition, il est possible de comprendre que le voyage d'affaires implique seulement le déplacement jusqu'à un lieu pour traiter d'une affaire, tandis que le tourisme d'affaires permet aux voyageurs de consommer des produits touristiques sur place. Toutefois, Davidson et Cope donnent un avis plus nuancé sur le sujet :

The terms « business tourism » and « business travel » are used interchangeably as generic terms to describe these different sectors. But for those, including most Americans, who regard tourism and business as diametrically opposed activities, the term « business tourism » is somewhat perplexing and even something of a contradiction in terms. (Davidson & Cope, 2003, p. 3)

**Figure 1 - Structure de l'industrie du tourisme d'affaires**



Source : (ma traduction) (Davidson & Cope, 2003, p. 4)

Comme vu ci-dessus, le voyage d'affaires et le tourisme d'affaires sont deux termes souvent confondus. Certains les utilisent de façon générique et d'autres les distinguent. Dans ce travail, le terme de tourisme d'affaires sera considéré comme un voyage individuel ou en groupe incluant une ou plusieurs activités touristiques.

Le tourisme d'affaires peut prendre différentes formes. Il peut s'agir d'un voyage de stimulation, d'un congrès, d'une convention, d'un symposium, etc. De manière générale, le tourisme d'affaires est divisé en quatre grandes catégories, qui se retrouvent dans l'acronyme MICE :

- **Meetings** : « General term indicating the coming together of a number of people in one place, to confer or carry out a particular activity. Frequency: can be on an ad hoc basis or according to a set pattern, as for instance annual general meetings, committee [sic] meetings, etc. » (lccaworld.com, 2013a)
- **Incentives** : Voyage de stimulation qui récompense les efforts de l'employé qui a atteint les objectifs visés et réalisé les profits escomptés (Dupuy, 2005, p. 30).
- **Conventions** : « Participatory meeting designed for discussion, fact-finding, problem solving and consultation » (lccaworld.com, 2013a).
- **Exhibitions** : « Events at which products and services are displayed » (lccaworld.com, 2013a).

Ces catégories sont, toutefois, encore trop générales et il est possible de détailler davantage le type de réunions en définissant les différentes caractéristiques qui leur sont propres comme le présente le tableau ci-dessous.

**Tableau 1 - Types de réunions**

<i><b>Terme</b></i>	<i><b>Définition et but</b></i>	<i><b>Durée</b></i>	<i><b>Périodicité</b></i>	<i><b>Particularité</b></i>
<b>Voyage de stimulation ou Incentive</b>	Le voyage de stimulation sert à récompenser un collaborateur qui a atteint le(s) objectif(s) fixé(s) au préalable par l'entreprise	En fonction du budget de l'entreprise	L'entreprise choisit le nombre de fois qu'elle veut proposer un voyage de stimulation	Voyage en groupe ou en famille
<b>Séminaire</b>	Organisé le plus souvent par une société privée avec un but de formation et d'échange autour d'une thématique spécifique	De deux à sept jours, avec une partie touristique éventuelle	Sans fréquence particulière	Peut être un séminaire ouvert à tous les intéressés du sujet ou fermé, c'est-à-dire interne à l'entreprise ou à groupement

<b>Congrès</b>	<p>Événement initié par un ou plusieurs organismes scientifiques, par une filière professionnelle, par une association, ou par les pouvoirs publics à un moment donné et sur un lieu précis</p> <p>Permet la diffusion et l'échange des connaissances ainsi que la confrontation des expériences de spécialistes sur un thème donné</p>	<p>Environ six jours et comporte également un programme social (réunions mondaines, spectacles, rencontres avec les autorités politiques)</p>	<p>A lieu annuellement</p>	<p>Un congrès dure, en général, plusieurs jours et a des sessions simultanément</p>
<b>Conférence</b>	<p>Réunion participative réalisée dans le but de discuter et de résoudre des problèmes</p>	<p>La durée peut varier en fonction du secteur. S'il s'agit d'une association nationale le voyage peut durer jusqu'à trois jours ; si c'est une association internationale jusqu'à cinq jours et finalement si cela concerne le secteur public, c'est en général une journée, voire deux jours</p>	<p>Les conférences ont généralement lieu une fois par an</p>	<p>En comparaison à un congrès, une conférence est plus petite en terme de taille et en nombre de personnes. Ces deux éléments facilitent l'échange d'informations</p>

Source : Données de l'auteur adaptées de (Dupuy, 2005, pp. 29-49), (MICEFINDER.COM, 2013), (lccaworld.com, 2013b) et (Rogers, 2008, p. 24)

Grâce à ce tableau, il est possible de catégoriser les types de réunions et de voir ainsi leurs spécificités.

En général, le tourisme d'affaires s'effectue au printemps et en automne (haute saison du tourisme d'affaires). Des plus petites conférences peuvent également se dérouler durant les mois d'hiver. Pour les destinations, c'est un avantage que les conférences aient lieu à ces périodes. De ce fait, il n'y a pas de conflits avec la demande du tourisme de loisirs qui connaît sa haute saison en été (Rogers, 2008, p. 28). Cette affirmation se vérifie dans le tourisme suisse, puisqu'en 2011, sur les 18'493 réunions, 70% se sont déroulées lors de la



basse saison du tourisme (entre mars-mai et octobre-novembre) (Switzerland Convention & Incentive Bureau, 2012, pp. 6-7). De plus, le tourisme d'affaires a, en général, lieu durant la semaine (Comité Départemental du Tourisme de la Marne, 2013). Cette affirmation est évidente puisque les voyageurs d'affaires effectuent le voyage pour le compte de l'entreprise et dans le cadre de leur travail, qui se déroule en général en semaine.

### 2.3. LES IMPACTS ÉCONOMIQUES DU TOURISME D'AFFAIRES

L'impact économique du tourisme d'affaires peut être analysé sous différents angles. En effet, il peut être direct, indirect ou induit.

#### 2.3.1. *LES IMPACTS ÉCONOMIQUES DIRECTS*

L'impact économique direct découle des dépenses effectuées par les entreprises pour envoyer leurs collaborateurs sur le lieu désiré. Celles-ci comprennent le prix du moyen de transport, l'hôtel, les frais de déplacement et les frais annexes. Dans le cadre d'un voyage pour affaires, les dépenses aériennes représentent la plus grande partie du budget. Les dépenses hôtelières, quant à elles, s'estiment à 30-40% du montant total du voyage. (Carlson Wagonlit Travel, 2013). En ce qui concerne les nuitées hôtelières suisses ayant trait au tourisme d'affaires, en 2011, elles se sont élevées à 6,6 millions, ce qui représente 19% du total des nuitées hôtelières (Switzerland Convention & Incentive Bureau, 2012, p. 17).

**Tableau 2 - Répartition des nuitées hôtelières suisse en fonction des divisions régionales en 2011**

	Large cities	Small towns	Rural region	Mountain regions
Overnight stays meetings	3'251'197	2'437'639	48'723	860'655
Overnight stays overall <sup>6</sup>	9'443'655	6'234'849	3'497'953	16'309'799
Meetings' sector share	34%	39%	1.4%	5.3%

Source : (Switzerland Convention & Incentive Bureau, 2012, p. 17)

Dans le tableau ci-dessus, il est possible de voir que le nombre de nuitées dépend fortement des régions. En effet, les régions urbaines ont un nombre de nuitées plus élevé que les régions rurales ou alpines (Switzerland Convention & Incentive Bureau, 2012, p. 17).

Les agglomérations de La Chaux-de-Fonds et de Neuchâtel se catégorisent dans « small towns » en se référant à leur nombre d'habitants. Comme le montre le tableau à l'annexe I,

l'agglomération de Neuchâtel est à la 18<sup>e</sup> place et celle de La Chaux-de-Fonds se trouve à la 26<sup>e</sup> place, sur les 50 agglomérations recensées par l'Office fédéral de la statistique. En extrapolant les résultats du tableau deux, le nombre de nuitées relatives au tourisme d'affaires aurait été de 4'875'278 pour l'année 2011 pour les villes de La Chaux-de-Fonds et Neuchâtel. Afin d'évaluer combien rapporte le tourisme d'affaires en terme de nuitées, un rapide calcul peut être effectué en multipliant le prix moyen d'une chambre d'hôtel en Suisse avec le nombre de nuitées. En considérant que le prix moyen d'une chambre d'hôtel en Suisse est de CHF 198.- (Tribune de Genève, 2010), le résultat s'élève à CHF 482'652'522.-. Bien entendu, ce résultat est à analyser avec précaution. En effet, en fonction de la région dans laquelle un touriste se trouve, le prix moyen d'une chambre peut fortement varier. À titre d'exemple, à Genève, la différence du prix moyen en été ou en hiver est significative puisque durant le mois de juillet, le prix moyen est de 288€, tandis qu'en décembre il chute à 211€ (Trivago, 2013). Cette différence peut s'expliquer en partie par le fait que la ville est davantage courtisée en été qu'en hiver et elle est, de ce fait, plus attractive.

En deuxième position se trouve l'impact économique direct des touristes d'affaires dans la région, qui se traduit principalement à travers les dépenses que ces derniers effectuent durant leur séjour. Comme le mentionnent Davidson et Cope (2003, p. 14), « the ratio of daily expenditure by business travellers to that of leisure visitors is generally situated somewhere between 2:1 and 3:1 ». Selon l'*International Passenger Survey* de 2005, au Royaume-Uni, les touristes d'affaires ont dépensé en moyenne 164£ par jour contre 54£ pour toutes les autres catégories de touristes confondues (cité dans Rogers, 2008, p. 27). Compte tenu de ces informations, il est possible de voir que les touristes d'affaires dépensent davantage que les touristes de loisirs durant leur voyage, induisant ainsi un plus grand impact économique pour la région. En effet, « the greater spending power of business tourists means increased economic benefits for the host destination and and a greater return on its investment in infrastructure and marketing » (Rogers, 2008, p. 27).

### 2.3.2. LES IMPACTS ÉCONOMIQUES INDIRECTS

Outre les impacts directs, se trouvent également les effets indirects du tourisme d'affaires. En effet, lors de conférences ou de présentations de produits/services,

il est nécessaire de louer un espace d'exposition, d'engager du personnel, de mandater une entreprise pour le montage des stands ou de faire venir du personnel de sécurité. (Davidson & Cope, 2003, p. 15). La Commission Européenne affirme que « this induced activity is estimated to be 1.5-2 times the direct turnover of the sector » (cité dans Davidson & Cope, 2003, p. 15).

### 2.3.3. *LES IMPACTS ÉCONOMIQUES INDUITS*

Les effets induits concernent les dépenses effectuées par les employés à partir des salaires distribués par les entreprises directement en contact avec les touristes. Ils comprennent également les consommations des entreprises qui ont bénéficié directement ou indirectement des dépenses initiales du secteur touristique. (Vellas, 2011, p. 4).

Une femme de ménage qui utilise son revenu (provenant du tourisme d'affaires) constitue l'exemple même d'un impact économique induit.

### 2.3.4. *L'EFFET MULTIPLICATEUR*

Avant de procéder à quelques calculs afin d'estimer l'impact économique du tourisme d'affaires de manière générale, une brève définition et explication de l'effet multiplicateur est requise.

L'effet multiplicateur est une théorie démontrée par Keynes qui met en avant le fait qu'une dépense primaire engendre ensuite d'autres dépenses. À titre d'exemple, imaginez un État qui ordonne la construction d'un aéroport. Pour cela, il sera nécessaire de contacter différentes entreprises, qui devront elles-mêmes engager du monde ou contacter d'autres entreprises (afin de se fournir en matières premières, par exemple) qui verront également leur chiffre d'affaires augmenter. C'est donc un effet boule de neige, qui entraîne une série de dépenses permettant ainsi de relancer l'économie du pays. Ce mécanisme se produit également lorsqu'un touriste effectue une dépense dans le pays qu'il visite. Le premier cercle directement touché par cette dépense est celui qui est un lien direct avec les activités principales effectuées par les touristes (logement, restauration, visite guidées, etc.). Le deuxième cercle concerne les prestataires de services annexes au tourisme tels que les

services comptables qui auront davantage d'honoraires dus à l'augmentation du chiffre d'affaires des hôtels. Finalement, le troisième cercle touche les personnes qui verront leur revenu augmenter grâce à l'amélioration du premier et deuxième cercles et qui effectueront, elles aussi, des dépenses et auront, par conséquent, une consommation plus forte. (Lehoucq, 2007).

Le rapport entre le chiffre d'affaires touristique total et le chiffre d'affaires généré directement donne l'effet multiplicateur du tourisme (Canton de Vaud, 2013, p. 21).

Avec l'effet multiplicateur (Schegg, 25 juin 2012), il est possible d'avoir une idée quant à l'impact économique du tourisme d'affaires sur une région donnée. La formule à prendre en compte est la suivante :

$\text{Economic Impact} = \text{Overnights of Tourists} * \text{Average Spending by Visitor} * \text{Mulitplayer}$
--

Pour obtenir l'impact économique total (direct, indirect et induit) il faut donc déterminer:

- le nombre de nuitées effectué par les touristes d'affaires
- la dépense moyenne effectuée par le visiteur
- le multiplicateur

À l'heure actuelle, il n'existe aucune étude dans le Canton de Neuchâtel qui puisse déterminer avec précision le nombre de nuitées qui est effectué par les touristes d'affaires. Cependant, grâce aux informations obtenues dans le document de Switzerland Convention & Incentive Bureau mentionnées ci-dessus, il est possible d'estimer le nombre de nuitées qui équivaut à 2'437'639. Toutefois, ce chiffre est indicatif, puisque le tourisme d'affaires n'est pas vraiment développé dans le Canton de Neuchâtel. Par conséquent, il est probable que le nombre de nuitées soit plus faible en réalité.

La dépense moyenne effectuée par le visiteur a également une influence sur le résultat. En effet, un touriste suisse dépense, en moyenne, CHF 300.- (pour une nuit, incluant les repas et autres frais) en Suisse tandis que, dans les mêmes conditions, un touriste étranger dépense environ CHF 350.- (Switzerland Convention & Incentive Bureau, Zurich 2012 cité dans Schegg, 25 juin 2012). Selon les informations obtenues

(V. Matthey, Coordinateur – Montagnes, Communication personnelle, 27 mars 2013)<sup>1</sup>, ce sont plutôt des associations ou entreprises nationales qui effectuent leurs réunions dans le Canton de Neuchâtel. C'est pourquoi, la dépense moyenne qui sera utilisée dans le calcul sera de CHF 300.-.

Ensuite, il est important de déterminer dans quel type de région se trouve le Canton de Neuchâtel afin de choisir le multiplicateur à appliquer lors du calcul.

**Tableau 3 - L'effet multiplicateur selon la région**

Type of region	Regional multiplier
Big cities agglomerations	1.47
Big cities centres	1.45
Villages close to city agglomerations	1.38
Medium agglomerations	1.43
Small agglomerations	1.45
Industrial peripheries	1.30
Mountain regions	1.37
Switzerland	1.59

Source : Frey, R. L. et Häusel, U. (cité dans Schegg, 25 juin 2012)

Comme mentionné précédemment, les villes de Neuchâtel et de La Chaux-de-Fonds sont considérées comme « small agglomerations ». Par conséquent, l'effet multiplicateur à utiliser est de 1,45.

Avec toutes les informations récoltées, il est possible d'effectuer le calcul pour déterminer l'impact économique du tourisme d'affaires dans le Canton de Neuchâtel :

Economic impact : $2'437'639 * 300 * 1,45 = \text{CHF } 1'060'372'965.-$
--

Le résultat obtenu est relativement grand et difficile à se représenter. Le même calcul est effectué pour une nuitée et le résultat est de CHF 435.-. En d'autres termes, un touriste d'affaires suisse effectuant une nuitée dépense CHF 300.- et l'impact économique total (impact direct, indirect et induit) est de CHF 435.- (effet du multiplicateur = CHF 135.-).

---

<sup>1</sup> La retranscription de l'entretien se trouve à l'annexe II

### 3. Problématique et hypothèse

À première vue, le Canton de Neuchâtel n'est pas reconnu pour son tourisme fleurissant et encore moins pour un tourisme d'affaires développé. À l'inverse, c'est plutôt un Canton où l'industrie horlogère et microtechnique dominant. Il est possible d'appuyer cet argument par le fait que même Suisse Tourisme ne propose pas le Canton de Neuchâtel dans son onglet « Séminaires & Incentives ». Les destinations proposées sont Bâle, Gstaad, Davos Klosters, Lugano, Lac des Quatre-Cantons, Genève, Berne, Arosa, Zurich, Tessin, Suisse orientale, Interlaken, Lausanne, Engadine St-Moritz, Montreux Riviera, Valais, Lac de Constance, Région du Léman, Flims Laax Falera et Lucerne. (Suisse Tourisme, 2013a). Pourtant, le Canton de Neuchâtel peut également se positionner dans le segment du tourisme d'affaires ; il n'existe aucune contrainte qui l'en empêche. C'est pourquoi, le but de ce travail est de trouver des solutions pour développer le tourisme d'affaires dans le Canton de Neuchâtel et, par conséquent, augmenter l'impact économique des touristes d'affaires. Pour cela, il est nécessaire de faire une hypothèse qui sera vérifiée dans ce travail.

*Pour augmenter l'impact économique du tourisme d'affaires dans le Canton de Neuchâtel, il faut attirer davantage de réunions composées de petits groupes impliquant au minimum une nuitée.*

Par réunions, il est entendu congrès, séminaires, incentives ou conférences, comme mentionné dans le tableau deux. Les petits groupes sont composés au maximum jusqu'à 100-150 personnes. De plus, l'impact économique est plus grand lorsque les touristes passent une nuit sur place. C'est la raison pour laquelle, les réunions incluant une nuitée rapportent davantage.

## 4. Le tourisme d'affaires dans le Canton de Neuchâtel

Ce chapitre aborde les thèmes de l'accès, de l'hôtellerie, de l'offre culturelle et du regroupement des offices du tourisme (Jura & Trois-Lacs). Dans un premier temps, ceux-ci sont analysés de façon générale et s'ensuivra un listing complet des éléments qu'une destination doit posséder pour devenir une destination d'affaires.

### 4.1. L'ACCÈS

Il est possible d'accéder au Canton de Neuchâtel par :

- **Avion** : Depuis l'aérodrome de Colombier et de Môtiers ainsi que depuis l'aéroport régional de La Chaux-de-Fonds ;
- **Voiture** : En prenant l'autoroute A5, depuis Genève (128km), ou l'autoroute A1, depuis Zurich (150km) ;
- **Train** :
  - Depuis Genève: 1'10'' ;
  - Depuis Lausanne : 40'' ;
  - Depuis Zurich : 1'30'' ;
  - Depuis Bâle : 1'30'' ;
  - Depuis Paris (TGV) : 3'50''.

(EPFL, 2012)

### 4.2. L'HÔTELLERIE

En 2012, le Canton de Neuchâtel comptabilisait 70 établissements hôteliers et neuf campings (Département de l'économie, Service de statistique, 2012, p. 187). Ce qui représente respectivement 1,47% du nombre total des établissements hôteliers et 2,14% du nombre total des campings en Suisse<sup>2</sup>. Toutefois, le site Internet de Neuchâtel Tourisme ne recense que 45 établissements sur le territoire du Canton de Neuchâtel. La majorité des hôtels se situent en ville de Neuchâtel et sur le Littoral (27 hôtels). Ensuite dans la région de

---

<sup>2</sup> Dans l'annexe III se trouve le tableau complet des hôtels et campings par canton pour l'année 2011

La Chaux-de-Fonds – Le Locle (13 hôtels), puis au Val-de-Ruz (quatre hôtels) et un seul établissement hôtelier est établi au Val-de-travers. (Neuchâtel Tourisme, 2013a). Suite à un entretien téléphonique avec une hôtesse d'accueil de Neuchâtel Tourisme (Céline Racine, hôtesse d'accueil, communication personnelle, 8 mai 2013), cette différence entre les deux recensements s'explique par le fait que les hôtels comptabilisés par Neuchâtel Tourisme doivent payer une cotisation afin de figurer sur les sites Internet [www.neuchateltourisme.ch](http://www.neuchateltourisme.ch) et [www.juratroislac.ch](http://www.juratroislac.ch) ainsi que sur la brochure de présentation des hôtels du Canton. Cette cotisation peut être un frein pour l'établissement hôtelier. C'est pourquoi, le recensement de Neuchâtel Tourisme n'est pas exhaustif et plus faible que celui de l'Office fédéral de la statistique.

En considérant le nombre total des établissements hôteliers dans le Canton, cela représente 2'424 lits disponibles dont 1'140 lits pour le district de Neuchâtel, 451 lits pour le district de La Chaux-de-Fonds, 253 lits pour le district de Boudry, 250 lits pour le district du Val-de-Travers, 173 lits pour le district du Val-de-Ruz et 156 lits pour le district du Locle. La durée moyenne d'un séjour dans le Canton est de 1,7 jour. En termes d'arrivées de touristes toutes catégories confondues, le Canton de Neuchâtel enregistre 132'902 arrivées. Le district de Neuchâtel l'emporte avec 82'669 arrivées en 2011, la deuxième place revient au district de La Chaux-de-Fonds avec 21'127 arrivées, le district de Boudry compte 12'729 arrivées, le Val-de-Ruz enregistre 6'074 arrivées, Le Locle 5'247 et le Val-de-travers ne compte que 5'056 arrivées<sup>3</sup>. (Département de l'économie, Service de statistique, 2012)

---

<sup>3</sup> Dans l'annexe IV se trouve une carte du canton de Neuchâtel avec les différents districts



**Tableau 4 - Chambres disponibles des hôtels étoilés dans le Canton<sup>4</sup>**

	District Neuchâtel	District La Chaux-de- Fonds	District Boudry	District Val-de- Travers	District Val-de- Ruz	District du Locle	Total dans le Canton
Nb d'hôtels ***** Nb de chambres	2 106	0	0	0	0	0	2 106
Nb d'hôtels **** Nb de chambres	1 96	2 99	0	0	0	0	3 195
Nb d'hôtels *** Nb de chambres	5 147	2 69	1 25	1 18	0	1 16	10 275
Nb d'hôtels ** Nb de chambres	3 83	1 16	0	0	1 9	0	5 108
Nb d'hôtels * Nb de chambres	1 10	0	0	0	2 25	0	3 35

Source : Données de l'auteur adaptées de (Neuchâtel Tourisme, 2013a)

Le Canton de Neuchâtel possède 719 chambres dans des hôtels étoilés dont 275 sont des hôtels trois étoiles, localisés principalement sur le district de Neuchâtel. L'hôtel disposant de la plus grande capacité est l'hôtel Beaulac \*\*\*\*\* à Neuchâtel avec 96 chambres. En tenant compte de tous les hôtels du Canton (hôtels étoilés et non-étoilés), il y a 1243 chambres disponibles.

Dans la mesure du possible, les organisateurs des séjours d'affaires préfèrent réserver les chambres dans un hôtel qui est également équipé de salles de réunions. Cela facilite les réservations et le déplacement des personnes assistant à la réunion. C'est pourquoi, un recensement des hôtels du Canton, possédant au minimum une salle de conférences, a été effectué ci-dessous.

<sup>4</sup> La liste complète des hôtels recensés dans la brochure Hôtels 2013 de Jura & Trois-Lacs se trouve à l'annexe V

**Tableau 5 - Hôtels avec salle de conférences - district Neuchâtel**

Hôtel	Salle de conférences	Salle de banquet	Nombre de chambres et de lits
<b>Petit Hôtel de Chaumont</b>	1 salle de conférences de 15 personnes (avec équipement technique)	/	5 chambres et 10 lits
<b>Hôtel de la Coix-Blanche **</b>	2 salles de conférences de 140 personnes (avec équipement technique)	/	9 chambres et 17 lits
<b>Beau-Rivage Hôtel *****</b>	7 salles de conférences de 20 à 300 places (avec équipement technique)	7 salles de banquet de 20 à 180 places assises	66 chambres et 130 lits
<b>Hôtel Palafitte *****</b>	2 salles de conférences de 10 à 50 places (avec équipement technique)	2 salles de banquet de 10 à 40 places assises	40 chambres et 120 lits
<b>Hôtel Beaulac ****</b>	7 salles de conférences de 2 à 300 places (avec équipement technique)	7 salles de banquet de 2 à 300 places assises	96 chambres et 163 lits
<b>Hôtel Alpes et Lac ***</b>	1 salle de conférences de 100 places (avec équipement technique)	2 salles de banquet de 50 et 120 places assises	30 chambres et 57 lits
<b>Hôtel des Arts ***</b>	1 salle de conférences de 25 places (avec équipement technique)	/	47 chambres et 81 lits
<b>La Maison du Prussien ***</b>	1 salle de conférences de 10 à 25 places (sans équipement technique)	1 salle de banquet de 10 à 65 places assises	10 chambres et 14 lits
<b>Hôtel du Cheval-Blanc **</b>	1 salle de conférences de 140 places (sans équipement technique)	2 salles de banquet de 70 et 20 places assises	11 chambres et 24 lits
<b>Ibis 3 lacs Neuchâtel-Thielle **</b>	3 salles de conférences de 120 places (avec équipement technique)	3 salles de banquet de 60 places assises	60 chambres et 120 lits

Source : Données de l'auteur adaptées de (Jura &amp; Trois-Lacs, 2012)

En classant les salles de conférences par catégories, le district de Neuchâtel dénombre cinq salles ayant une capacité maximale de 50 places, une salle de 100 personnes et 20 salles d'une capacité de plus de 100 personnes.

**Tableau 6 - Hôtels avec salle de conférences - district La Chaux-de-Fonds**

Hôtel	Salle de conférences	Salle de banquet	Nombre de chambres et de lits
<b>Athmos Hôtel ****</b>	1 salle de conférences de 25 places (avec équipement technique)	/	42 chambres et 69 lits
<b>Grand-Hôtel Les Endroits ****</b>	1 salle de conférences de 250 places (avec équipement technique)	1 salle de banquet de 250 places assises	57 chambres et 122 lits
<b>Hôtel Club ***</b>	1 salle de conférences de 15 places (sans équipement technique)	/	40 chambres et 80 lits
<b>Hôtel de la Fleur-de-Lys ***</b>	1 salle de conférences de 90 places (sans équipement techniques)	1 salle de banquet de 30 à 80 places assises	28 chambres et 54 lits
<b>Hôtel-Brasserie du Cheval Blanc</b>	1 salle de conférences de 30 places (sans équipement technique)	1 salle de banquet de 40 places assises	17 chambres et 30 lits
<b>Hôtel du Moulin</b>	1 salle de conférences de 25 places (sans équipement technique)	/	19 chambres et 32 lits
<b>Hôtel-Restaurant Maharajah</b>	1 salle de conférences de 25 places (sans équipement technique)	3 salles de banquet de 24, 30 et 35 places assises	19 chambres et 13 lits

Source : Données de l'auteur adaptées de (Jura & Trois-Lacs, 2012)

Le district de La Chaux-de-Fonds compte cinq salles de conférences d'une capacité maximale de 50 personnes et une salle de conférences pouvant accueillir plus de 100 personnes. Aucun hôtel mentionné dans la brochure Jura & Trois-Lacs ne possède une salle de conférences avec une capacité maximum de 100 personnes.

**Tableau 7 - Hôtels avec salle de conférences - district de Boudry**

Hôtel	Salle de conférences	Salle de banquet	Nombre de chambres et de lits
<b>Hôtel-Restaurant Le Chalet</b>	2 salles de conférences de 80 personnes (avec équipement technique)	1 salle de banquet de 120 personnes	17 chambres et 38 lits
<b>Hôtel-Restaurant Le Vaisseau</b>	5 salles de conférences de 30 personnes (avec équipement technique)	1 salle de banquet de 120 personnes	22 chambres et 44 lits

<b>Eco-Hôtel L'Aubier ***</b>	4 salles de conférences de 8 à 100 places (avec et sans équipement technique)	2 salles de banquet de 15 à 120 places assises	25 chambres et 39 lits
<b>Hôtel du Vignoble</b>	3 salles de conférences de 200 places (avec équipement technique)	3 salles de banquet de 200 places assises	14 chambres et 29 lits

Source : Données de l'auteur adaptées de (Jura & Trois-Lacs, 2012)

Le district de Boudry dénombre cinq salles de conférences pouvant accueillir jusqu'à 50 personnes, six salles de conférences d'une capacité de 100 personnes et trois salles de plus de 100 personnes.

**Tableau 8 - Hôtels avec salle de conférences - district Val-de-Travers**

Hôtel	Salle de conférences	Salle de banquet	Nombre de chambres et de lits
<b>Hôtel de l'Aigle</b>	1 salle de conférences de 25 personnes (avec équipement technique)	1 salle de banquet de 110 places assises	18 chambres et 46 lits

Source : Données de l'auteur adaptées de (Jura & Trois-Lacs, 2012)

Le district du Val-de-Travers ne possède qu'un seul hôtel ayant une salle de conférences. Cette dernière peut accueillir jusqu'à 25 personnes.

**Tableau 9 - Hôtels avec salle de conférences - district Val-de-Ruz**

Hôtel	Salle de conférences	Salle de banquet	Nombre de chambres et de lits
<b>Hôtel-Restaurant de Commune *</b>	1 salle de conférences de 30 personnes (sans équipement technique)	1 salle de banquet de 30 places assises	9 chambres et 17 lits
<b>Hôtel-Restaurant La Croisée</b>	3 salles de conférences de 160 places (avec équipement technique) et 4 salles de 200 places (sans équipement technique)	4 salles de banquet de 2 à 140 places assises	26 chambres et 54 lits
<b>Hôtel-Restaurant de la Gare **</b>	1 salle de conférences de 50 places (sans équipement technique)	2 salles de banquet de 120 et 50 places assises	9 chambres et 12 lits
<b>Hôtel La Clef des Champs *</b>	Salles de conférences de 10, 15 et 50 places (avec équipement technique) et de 5 et 70 places (sans équipement technique)	2 salles de banquets de 60 places assises	16 chambres et 53 lits

<b>Hôtel-Restaurant de La Vue-des-Alpes</b>	3 salles de conférences de 15, 30 et 130 places (avec et sans équipement technique)	7 salles de banquet de 400 places assises	22 chambres et 82 lits
---	---	---	------------------------

Source : Données de l'auteur adaptées de (Jura & Trois-Lacs, 2012)

En catégorisant les différentes salles de conférences des hôtels du district de Boudry, il en ressort huit salles de 50 places, une salle ayant une capacité de 100 personnes et huit salles pouvant accueillir plus de 100 personnes.

**Tableau 10 - Hôtels avec salle de conférences - district du Locle**

Hôtel	Salle de conférences	Salle de banquet	Nombre de chambres et de lits
<b>Hôtels les Rives du Doubs **</b>	2 salles de conférences de 40 et 80 places (sans équipement technique)	3 salles de banquet de 30, 70 et 100 places assises	16 chambres et 32 lits
<b>Hôtel de Ville</b>	2 salles de conférences de 60 et 150 places (sans équipement technique)	2 salles de banquet de 60 et 150 places assises	8 chambres et 20 lits
<b>Hôtel des Trois Rois***</b>	1 salle de conférences de 80 places (avec équipement technique)	3 salles de banquet de 30, 52 et 96 places assises	40 chambres et 69 lits

Source : Données de l'auteur adaptées de (Jura & Trois-Lacs, 2012)

Le district du Locle comptabilise une salle de conférences pouvant accueillir jusqu'à 50 personnes, trois salles ayant une capacité maximale de 100 personnes et une salle avec une capacité de plus de 100 personnes.

En considérant les informations ci-dessus, ce sont les districts de La Chaux-de-Fonds et de Neuchâtel qui possèdent le plus grand nombre d'hôtels équipés de salles de conférences. En effet, Neuchâtel enregistre 10 hôtels avec salle de réunions et La Chaux-de-Fonds en comptabilise sept. De par les infrastructures à disposition, ces deux districts intéresseront davantage les organisateurs de conférences et de voyages d'affaires. À l'échelle cantonale, il y a 25 salles pouvant accueillir jusqu'à 50 personnes, 11 salles jusqu'à 100 personnes et 33 salles d'une capacité de plus de 100 personnes (ces salles se trouvent principalement dans le district de Neuchâtel). Les plus grandes salles de conférences se trouvent à l'hôtel Beau-Rivage et à l'hôtel Beaulac (toutes deux dans le district de Neuchâtel) pouvant accueillir jusqu'à 300 personnes.

#### 4.3. LES INFRASTRUCTURES

En complément des salles de conférences dans les hôtels, il existe d'autres salles dans le Canton. Selon la liste fournie par la Chambre neuchâteloise du commerce et de l'industrie (CNCI), 174 salles et chalets ont été dénombrés dans le Canton de Neuchâtel (CNCI, 2005). Une analyse détaillée des salles se trouve ci-dessous

##### 4.3.1. *LES DIVERSES SALLES DANS LE CANTON*

En analysant minutieusement la liste fournie par la CNCI, il a été constaté que certaines salles ne sont plus en mesure d'être louées ou que certaines indications manquent. Des recherches ont permis de réactualiser la liste et de compléter les informations. De plus, la suppression des salles appartenant à un hôtel a été effectuée (déjà comptabilisées auparavant) ainsi que les salles de l'Université de Neuchâtel (répertoriées plus tard dans le travail). En outre, à l'aide du répertoire pédagogique neuchâtelois, d'autres salles ont été ajoutées à la liste. Le tableau ci-dessous détaille le nombre de salles disponibles selon le nombre de places.

**Tableau 11 - Salles à disposition dans le Canton en fonction du nombre de places**

Nb de places	Nombre de salles
De 0 à 50 places	77
De 51 à 100 places	54
+ de 100 places	95
<b>Total</b>	<b>226</b>

Source : Données de l'auteur adaptées de (CNCI, 2005) et (Office de Documentation et de Ressources pédagogiques, 2013)

Le tableau 11 montre que la majorité des espaces sont des grandes salles de plus de 100 places. Toutefois, il est important de mentionner que ce chiffre comprend tous les types de salles (avec équipement technique ou non). Par conséquent, il est souvent nécessaire d'aménager l'espace et de se procurer le matériel non-compris tel qu'un beamer, un rétroprojecteur ou encore une installation sonore.

#### 4.3.2. LES SALLES DE L'UNIVERSITÉ

Les salles se trouvant dans les universités peuvent également être utilisées pour des conférences, en particulier pour des réunions scientifiques. Le tableau ci-dessous dénombre les salles existantes à l'Université de Neuchâtel en fonction du nombre de places disponibles.

**Tableau 12 - Salles à disposition à l'université de Neuchâtel en fonction du nombre de places**

Nb de places	Nombre de salles
De 0 à 50 places	64
De 51 à 100 places	11
+ de 100 places	10
<b>Total</b>	<b>85</b>

Source : Données de l'auteur adaptées de (Université de Neuchâtel, 2013b)

Selon les données du tableau 12, l'Université propose 85 salles. La majorité a une capacité maximale de 50 personnes. Bien que l'Université mette à disposition une grande quantité de salles, il est important de rappeler que la disponibilité de celles-ci dépend considérablement de la période de location. En effet, durant les mois d'été (période de vacances estudiantine), les salles sont souvent disponibles ; à l'inverse durant les autres mois de l'année, ces mêmes salles sont occupées par les cours universitaires. Ainsi, il est nécessaire de prévoir à l'avance l'éventuelle réservation. Les salles pouvant accueillir plus de 100 personnes sont des auditoriums. L'aula des Jeunes-Rives est la plus grande salle et peut accueillir jusqu'à 430 personnes.

#### 4.4. L'OFFRE CULTURELLE

Afin de déterminer s'il est possible d'augmenter davantage l'impact économique du tourisme d'affaires dans le Canton de Neuchâtel, il est essentiel d'analyser l'offre culturelle. La plupart du temps, lorsqu'une réunion a lieu, elle est généralement accompagnée d'une partie récréative. Cette partie est destinée soit aux participants, soit à leurs accompagnants. Ci-dessous se trouve une liste non-exhaustive des différentes offres de loisirs ou lieux à visiter dans le Canton de Neuchâtel.

#### 4.4.1. *LE CREUX DU VAN*

Le Creux du Van est un cirque rocheux naturel où il est possible de voir des falaises de 160m de haut qui entourent un fond de vallée de quatre km de long et un km de large. L'accès se fait à pied ou en voiture. (Suisse Tourisme, 2013b).

#### 4.4.2. *LES MUSÉES*

Le Canton de Neuchâtel compte 16 musées qui touchent différents domaines, tels que l'horlogerie, les beaux-arts ou encore l'ethnographie. Ci-dessous se trouve la liste exhaustive des musées du Canton :

**Tableau 13 - Liste des musées du Canton de Neuchâtel**

	Musée	Lieu
1	<b>Le Musées de la vigne et du vin</b>	Boudry
2	<b>Le Laténium</b>	Hauterive
3	<b>Le Musée d'horlogerie</b>	La Chaux-de-Fonds
4	<b>Le Musée des beaux-arts</b>	La Chaux-de-Fonds
5	<b>Le Musée d'histoire</b>	La Chaux-de-Fonds
6	<b>Le Musée d'histoire naturelle</b>	La Chaux-de-Fonds
7	<b>Le Musées paysan</b>	La Chaux-de-Fonds
8	<b>Le Musée d'horlogerie</b>	Le Locle
9	<b>Le Musées des beaux-arts</b>	Le Locle
10	<b>Le Musée J.-J. Rousseau</b>	Môtiers
11	<b>Le Musée « La Grange »</b>	Môtiers
12	<b>Le Musées des Mascarons</b>	Môtiers
13	<b>Le Musée d'histoire</b>	Neuchâtel
14	<b>Le Centre Dürrenmatt</b>	Neuchâtel
15	<b>Le Musée d'ethnographie</b>	Neuchâtel
16	<b>Le Musée d'art et d'histoire</b>	Neuchâtel

Source : Données de l'auteur adaptées de (Neuchâtel Tourisme, 2013b)

Les majorités des musées se situent à La Chaux-de-Fonds (cinq musées) et à Neuchâtel (quatre musées). Toutefois, plusieurs d'entre eux traitent du même thème, comme par exemple le musée d'horlogerie au Locle et La Chaux-de-Fonds et le musée des beaux-arts également au Locle et à La Chaux-de-Fonds.



#### 4.4.3. *LE SITE UNESCO*

Deux éléments sont classés au patrimoine mondial de l'UNESCO: l'urbanisme horloger des villes de La Chaux-de-Fonds et du Locle et les sites palafittiques du Pays des Trois-Lacs. Ces derniers sont invisibles puisqu'ils se trouvent sous l'eau ou sous d'épaisses couches de sédiments terrestres. Une application iPhone a été développée afin que les touristes puissent tout de même découvrir ce patrimoine. (Neuchâtel Tourisme, 2013c)

#### 4.4.4. *LES VISITES GUIDÉES*

Il est possible de faire des visites guidées des villes de La Chaux-de-Fonds, du Locle, du Landeron et de Neuchâtel. À La Chaux-de-Fonds, il est possible de découvrir le patrimoine urbanistique laissé par Le Corbusier à La Chaux-de-Fonds. (Neuchâtel Tourisme, 2013d)

D'autres visites sont encore possibles comme celle de la fromagerie les Martel, les chocolateries et les distilleries d'absinthe du Val-de-Travers (Neuchâtel Tourisme, 2013e).

#### 4.5. CE QUI FAIT UNE DESTINATION D'AFFAIRES

Plusieurs éléments sont nécessaires pour qu'une destination développe le segment du tourisme d'affaires comme, par exemple, un accès facilité ou plusieurs salles de conférences. Toutefois, d'autres éléments favorisent également le développement du tourisme d'affaires. En effet, si de grandes entreprises internationales sont présentes dans la région, celles-ci seront susceptibles d'organiser des réunions. De plus, ces mêmes entreprises attireront d'autres sociétés dans la région du fait de leur popularité. Les Universités dans une région sont aussi susceptibles de permettre un développement plus rapide du segment du tourisme d'affaires. En effet, elles organisent énormément de meeting et donnent également une grande valeur ajoutée à l'attractivité de la destination. Ci-dessous se trouve une brève synthèse des différentes entreprises, universités ou organismes qui sont le plus susceptibles d'organiser ou d'amener des conférences dans le Canton de Neuchâtel.

**Associations professionnelles :** dans le Canton de Neuchâtel, il existe 134 associations professionnelles (Service des formations postobligatoires et de l'orientation, 2013).

**Haute École spécialisées:** il existe une Haute École spécialisée dans le Canton de Neuchâtel qui délivre plusieurs formations qui sont :

Bibiane Ferreira Oliveira

- Haute Ecole Arc ingénierie
- Haute Ecole conservation-restauration Arc
- Haute Ecole de gestion Arc
- Haute Ecole de santé Arc

(République et canton de Neuchâtel, 2012)

### **Universités :**

L'Université de Neuchâtel contient plusieurs facultés qui sont :

- Faculté des lettres et sciences humaines
- Faculté des sciences
- Faculté de droit
- Faculté des sciences économiques
- Faculté de théologie

(Université de Neuchâtel, 2013)

### **Entreprises :**

Selon le dernier recensement fédéral des entreprises de 2008, le Canton de Neuchâtel dénombrait 9'358 entreprises qui se répartissaient dans les catégories suivantes :

- |  |       |
|--|-------|
| - Micro-entreprises (zéro-neuf emploi plein temps (ept)) | 8'015 |
| - Petites entreprises (10-49 ept)                        | 1'089 |
| - Moyennes entreprises (50-250 ept)                      | 235   |
| - Grandes entreprises (250+ ept)                         | 19    |

(Office fédéral de la statistique, 2013e)

Au vu de l'analyse ci-dessus, le Canton de Neuchâtel possède les caractéristiques nécessaires pour pouvoir se positionner comme une destination d'affaires puisqu'il existe suffisamment d'institutions susceptibles d'organiser des réunions.

#### 4.6. JURA & TROIS-LACS

En 2009, une société de marketing a été créée sous le nom de Jura & Trois-Lacs. Cette société est née d'une fusion entre Jura Région et Pays des Trois-Lacs. Elle se situe à Bienne et a pour but de promouvoir les régions du Canton du Jura, du Canton de Neuchâtel, du Jura bernois, de Bienne Seeland, de Soleure, du lac de Morat, d'Estavayer le Lac et d'Yverdon-les-Bains comme une seule destination. Elle pratique, de ce fait, un marketing commun. La promotion et la communication de Neuchâtel Tourisme sont donc dépendantes de Jura & Trois-Lacs. Il existe un site Internet en commun ([www.juratroislacs.ch](http://www.juratroislacs.ch)) qui recense toutes les informations / activités des différentes régions. Toutefois, il est possible de sélectionner une région précise.

À noter qu'Yverdon-les-Bains, Estayer-le-Lac et Région Lac de Morat font partie géographiquement de Jura & Trois-Lacs, mais pas politiquement. Cela signifie qu'ils ne font pas réellement partie de l'organisation. (Adriana Curovic, responsable MICE Jura & Trois-Lacs, communication personnelle, 20 juin 2013)

##### 4.6.1. *LA STRATÉGIE MICE DE JURA & TROIS-LACS*

Il y a deux ans, un coordinateur MICE a été engagé à Jura & Trois-Lacs. L'objectif étant d'avoir une seule personne de contact lorsqu'un organisateur désire obtenir des informations sur l'une région sous l'égide de Jura & Trois-Lacs. De plus, l'organisateur peut également faire une demande d'offre en fixant ses critères et, selon la demande du client, le coordinateur MICE choisit la destination qui est à même de répondre au besoin du client. (V. Matthey, CP, 27 mars 2013)

Pour satisfaire la demande du tourisme d'affaires, Jura & Trois-Lacs a établi une brochure « Séminaires, congrès, événements » subdivisée en trois parties. La première partie regroupe les différents lieux où il est possible d'organiser des séminaires. Une énumération des infrastructures à disposition ainsi que les forfaits y sont disponibles. Concernant le Canton de Neuchâtel, la brochure contient trois propositions :

- L'hôtel Beaulac \*\*\*\*
- L'hôtel Beau-Rivage \*\*\*\*\*
- L'hôtel Palafitte \*\*\*\*\*

Selon Vincent Matthey (V. Matthey, CP, 27 mars 2013), il est nécessaire d'avoir l'accord des hôtels pour les faire figurer dans la brochure. De ce fait, un courrier est envoyé aux hôteliers de la région afin de leur expliquer la démarche. De plus, un formulaire d'inscription accompagne le courrier. Par conséquent, la liste des hôtels dans la brochure n'est pas exhaustive et ne montre en aucun cas toutes les infrastructures disponibles pour les séminaires.

La deuxième partie de la brochure contient les lieux où peuvent se tenir les congrès, soit le palais des congrès à Bienne. Finalement, la troisième partie de la brochure est consacrée aux différentes activités et visites de villes qu'il est possible de faire dans la région.

Pour l'année 2012, le département MICE de Jura & Trois-Lacs a reçu 91 demandes d'offres et 17 se sont conclues par une réservation. De ces 17 réservations, huit ont eu lieu dans le Jura Bernois et à Soleure (respectivement quatre et quatre), trois à Bienne et six dans le Canton de Neuchâtel. (Adriana Curovic, CP, 20 juin 2013). Ces informations démontrent que le Canton de Neuchâtel est une destination intéressante pour le tourisme d'affaires. De plus, il est important de souligner qu'un grand nombre d'entreprises prennent contact avec le service MICE pour obtenir des informations mais, finalement, elles effectuent la réservation directement chez le prestataire, sans passer par un intermédiaire.

À noter que le service MICE est centralisé chez Jura & Trois-Lacs. Toutefois, l'Office du tourisme de Soleure, de Bienne ainsi que celui d'Yverdon possèdent leur propre service MICE. Il est alors possible, par exemple, de prendre contact avec le secteur MICE de Bienne sans passer par Jura & Trois-Lacs, ce qui rend la prise de contact plus difficile pour l'organisateur puisqu'il peut s'adresser à plusieurs personnes.

#### 4.7. LES RÉSULTATS DU QUESTIONNAIRE

Aucune étude n'a été réalisée dans le Canton de Neuchâtel au sujet de l'importance du tourisme d'affaires pour la région. C'est la raison pour laquelle il a fallu choisir un moyen permettant de l'estimer. Pour cela, il a été décidé de contacter les hôtels du Canton répertoriés dans la brochure Hôtels 2013 de Jura & Trois-Lacs qui possèdent au minimum une salle de conférences avec ou sans équipement technique. Cette alternative a été choisie pour plusieurs raisons :

- Les touristes d'affaires séjournent, en principe, dans un hôtel durant leur voyage ;
- Les voyages d'affaires ont généralement lieu durant la semaine. Par conséquent, le taux d'occupation des hôtels durant la semaine est un bon indicateur pour déterminer le pourcentage de tourisme d'affaires dans la région ;
- Les hôteliers ont un contact direct avec les touristes d'affaires et, de ce fait, ils sont plus à même de savoir quels sont les éléments pouvant être améliorés pour attirer davantage de clients d'affaires.

Les questions posées aux hôteliers se sont orientées dans ce sens. Ils ont dû indiquer le taux d'occupation de l'hôtel durant la semaine et le week-end, décrire le profil type de leur principale clientèle, énumérer les actions menées auprès des touristes d'affaires et finalement, suggérer des mesures d'améliorations afin de recevoir davantage de touristes d'affaires. Le questionnaire complet se trouve à l'annexe VI. Ce dernier a été envoyé durant le mois de mai aux 31 hôtels correspondant aux critères mentionnés ci-dessus. 15 réponses ont été reçues en retour ; représentant un taux de réponses de 48,39%. Toutes les catégories d'hôtels ainsi que les différents districts du Canton y sont représentés. Ci-dessous se trouvent les réponses obtenues.

**Tableau 14 - Hôtels non-classé dans le système des étoiles ayant répondu à l'enquête**

Hôtel	Profil type du client principal et provenance	Taux d'occupation durant la semaine VS durant le week-end	Propositions d'améliorations pour recevoir davantage de touristes d'affaires
<b>Hotel-de-Ville La Brévine, district du Locle</b>	Touristes de Suisse allemande	10 % la semaine 30% le week-end	Refaire les installations, principalement celles des chambres
<b>Hôtel Vaisseau, district de Boudry</b>	Hommes d'affaires (sans mention de la provenance)	60% la semaine 40% le week-end	[réponse obtenue pas claire]
<b>Petit Hôtel de Chaumont, district de Neuchâtel</b>	Touristes de Suisse, France, Allemagne et Grande-Bretagne	30% la semaine 50% le week-end	Distribuer les possibilités d'hébergement de proximité selon les entreprises

<b>Hôtel et Restaurant Le Chalet, district de Boudry</b>	Clients d'affaires d'Allemagne, France, Autriche, Italie et Suisse	80% la semaine 10% le week-end	Créer un service de car afin de déposer les clients dans les divers petits hôtels de la région (au lieu de les loger à Berne). Proposer avec un tarif spécial comprenant : chambres et services de car
--	--	-----------------------------------	--

Source : Données de l'auteur adaptées de (Hôtel-de-Ville La Brévine, communication personnelle, 13 mai 2013), (Hôtel Vaisseau, communication personnelle, 27 mai 2013), (Petit Hôtel de Chaumont, communication personnelle, 28 mai 2013) et (Hôtel et Restaurant Le Chalet, communication personnelle, 28 mai 2013)

La clientèle des hôtels non-classés dans le système des étoiles provient, en général, d'Europe et des pays proches de la Suisse. Sur quatre hôtels, la moitié a un taux d'occupation plus élevé la semaine que le week-end.

**Tableau 15 - Hôtels \* ayant répondu à l'enquête**

Hôtel	Profil type du client principal et provenance	Taux d'occupation durant la semaine VS durant le week-end	Propositions d'améliorations pour recevoir davantage de touristes d'affaires
<b>Hôtel-restaurant de Commune, district Val-de-Ruz</b>	Hôte permanent qui travaille sur Neuchâtel (durant la semaine) Tourisme gastronomique le week-end	50 à 70% la semaine et le week-end	Agrandir l'hôtel
<b>La Clef des Champs, district Val-de-Ruz</b>	Tourisme nature	30% la semaine 50% le week-end	[sans réponse]

Source : Données de l'auteur adaptées de (Hôtel-Restaurant de Commune, communication personnelle, 15 mai 2013) et (La Clef des Champs, communication personnelle, 27 mai 2013)

Les deux hôtels ayant répondu à l'enquête se situent au district du Val-de-Ruz. De ce fait, il est difficile d'en tirer des conclusions représentatives pour les catégories d'hôtels\*. Aucune tendance particulière ne se dégage. L'hôtel-restaurant de Commune accueille des hôtes permanents pendant la semaine, ce qui pourrait être vu comme une forme de tourisme d'affaires si ces derniers n'étaient là que pour une courte période.

**Tableau 16 - Hôtels \*\* ayant répondu à l'enquête**

Hôtel	Profil type du client principal et provenance	Taux d'occupation durant la semaine VS durant le week-end	Propositions d'améliorations pour recevoir davantage de touristes d'affaires
<b>Hôtel de la Croix-Blanche, district du Val-de-Ruz</b>	Monteurs techniciens	75% la semaine 55% le week-end	[sans réponse]
<b>Hôtel de la Gare, district du Val-de-Ruz</b>	Hommes d'affaires, touristes, en majorité de suisse et Europe	De 20 à 100% la semaine Très varié le week-end	[sans réponse]

Source : Données de l'auteur adaptées de (Hôtel de la Croix-Blanche, communication personnelle, 28 mai 2013) et (Hôtel de la Gare, communication personnelle, 28 mai 2013)

Comme pour les hôtels \*, les deux réponses obtenues pour les hôtels \*\* proviennent du Val-de-Ruz. Toutefois, une tendance se dégage, ces hôtels accueillent plusieurs touristes d'affaires, puisque leur taux d'occupation est plus élevé la semaine que le week-end.

**Tableau 17 - Hôtels \*\*\* ayant répondu à l'enquête**

Hôtel	Profil type du client principal et provenance	Taux d'occupation durant la semaine VS durant le week-end	Propositions d'améliorations pour recevoir davantage de touristes d'affaires
<b>Hôtel Club, district de La Chaux-de-Fonds</b>	Clientèle internationale (Allemagne, France, Chine, Japon, Angleterre, Inde)	40% la semaine 20% le week-end	Contacteur un cercle davantage élargi d'entreprises de la région
<b>Hôtel de l'Aigle, district Val-de-Travers</b>	Hommes d'affaires d'Allemagne et Suisse  Touriste de suisse allemande	60% la semaine 90% le week-end en été et 25% le week-end en hiver	Les hôteliers n'aimeraient pas recevoir davantage de touristes d'affaires
<b>La Maison du Prussien, district Neuchâtel</b>	La semaine : Homme / femme d'affaires en provenance d'Europe  Le week-end couple en provenance de Suisse	85% la semaine 85% le week-end	Inviter les sociétés à venir visiter l'établissement. Le Canton pourrait également informer les nouvelles sociétés sur les offres hôtelières de la ville.

<b>Hôtels des Arts, district Neuchâtel</b>	Homme d'affaires d'Allemagne, Suisse allemande et italienne, France, Angleterre et États-Unis	90% la semaine 40% le week-end	Visiter des entreprises et leur proposer des prix avantageux
--	---	-----------------------------------	---

Source : Données de l'auteur adaptées de (Hôtel Club, communication personnelle, 13 mai 2013), (Hôtel de l'Aigle, communication personnelle, 13 mai 2013) (La Maison du Prussien, communication personnelle, 15 mai 2013) et (Hôtel des Arts, communication personnelle, 22 mai 2013)

Les hôtels \*\*\* ayant répondu à l'enquête accueillent, en plus des touristes en provenance d'Europe, des touristes internationaux provenant des États-Unis, de Chine et du Japon. Bien que ces hôtels reçoivent des touristes de loisirs, la plupart de leurs clients sont des touristes d'affaires.

**Tableau 18 - Hôtels \*\*\*\* ayant répondu à l'enquête**

Hôtel	Profil type du client principal et provenance	Taux d'occupation durant la semaine VS durant le week-end	Propositions d'améliorations pour recevoir davantage de touristes d'affaires
<b>Grand Hôtel Les Endroits, district La Chaux-de-Fonds</b>	Homme d'affaires en provenance d'Europe	75% la semaine 25% le week-end	Créer davantage d'événements au niveau du patrimoine UNESCO Avoir une meilleure visibilité de La Chaux-de-Fonds sur Suisse Tourisme

Source : Données de l'auteur adaptées de (Grand Hôtel Les Endroits, communication personnelle, 27 mai 2013)

Un seul hôtel \*\*\*\* a répondu à l'enquête. Ce dernier est clairement positionner dans le segment du tourisme d'affaires puisque l'hôtel a un taux d'occupation de 75% pendant la semaine.

**Tableau 19 - Hôtels \*\*\*\*\* ayant répondu à l'enquête**

Hôtel	Profil type du client principal et provenance	Taux d'occupation durant la semaine VS durant le week-end	Propositions d'améliorations pour recevoir davantage de touristes d'affaires
<b>Hôtel Palafitte, district Neuchâtel</b>	Homme d'affaires durant la semaine	[Pas d'informations transmises]	Visiter des entreprises de la région

Source : Données de l'auteur adaptées de (Hôtel Palafitte, communication personnelle, 27 mai 2013)



L'hôtel Palafitte est le seul cinq étoiles à avoir répondu à l'enquête. Ce dernier est clairement positionner dans le segment du tourisme d'affaires puisqu'il est mentionné que leurs clients principaux sont les touristes d'affaires.

Suite à ces réponses, il est possible de tirer un certain nombre de constats. Tous les hôtels accueillent des touristes d'affaires et la grande majorité des hôtels ont un taux d'occupation plus élevé la semaine que le week-end. Les hôtels ayant un taux d'occupation plus élevé le week-end sont les hôtels non-classés ou possédant une étoile. Les organisateurs de voyages d'affaires sont très peu intéressés par ce type d'hôtel. Il est également ressorti de ce questionnaire que tous les hôteliers utilisent internet pour communiquer et faire leur promotion. Il convient de noter qu'ils comptent également beaucoup sur le bouche à oreille pour faire connaître leur hôtel.

Concernant les mesures qui pourraient être mises en place pour que les hôtels puissent recevoir davantage de touristes d'affaires, une réponse presque unanime se dégage : il faudrait avoir un meilleur contact avec les entreprises de la région. Certains hôteliers seraient même prêts à proposer une offre attractive aux entreprises. Toutefois, sur les 16 réponses, deux sortent du lot. En effet, l'hôtel de l'Aigle n'aimerait pas accueillir davantage de clients d'affaires et l'hôtel-restaurant de Commune devrait être agrandi s'il désire recevoir plus de touristes d'affaires.

## 5. Les concurrents au Canton de Neuchâtel

Le but de ce travail est de déterminer quels sont les moyens ou les mesures à appliquer pour que l'impact du tourisme d'affaires augmente dans le Canton de Neuchâtel. Pour cela, une analyse de l'offre a été faite ci-dessus. Toutefois, cela n'est pas suffisant. Il est également nécessaire de tenir compte des concurrents afin de déterminer qu'est-ce qui différencie le Canton de Neuchâtel de ses concurrents. En connaissant ces éléments, il sera ainsi plus facile de positionner le Canton de Neuchâtel dans le secteur du tourisme d'affaires. Se démarquer de la concurrence est la meilleure solution pour attirer davantage de tourisme d'affaires dans la région.

Les villes de Bienne et d'Yverdon-les-Bains sont les grandes concurrentes du Canton de Neuchâtel. En effet, ces deux villes sont proches au niveau géographique mais sont également de taille équivalente à Neuchâtel et La Chaux-de-Fonds. Pour effectuer cette étude benchmark, plusieurs critères de comparaison ont été sélectionnés. Dans la mesure où cette étude porte sur les villes de Bienne et d'Yverdon-les-Bains, l'analyse ne portera pas sur le Canton de Neuchâtel mais sur les villes de La Chaux-de-Fonds et de Neuchâtel. Cette option a été choisie afin d'effectuer une comparaison de même échelle. De plus, les villes de La Chaux-de-Fonds et de Neuchâtel sont les lieux ayant le plus d'infrastructures dans le Canton. De ce fait, ces villes accueilleront davantage de réunions.

**Tableau 20 - Benchmark entre Bienne, Yverdon-les-Bains et le Canton de Neuchâtel**

	Canton de Neuchâtel		Bienne	Yverdon-les-Bains
	La Chaux-de-Fonds	Neuchâtel		
<b>Chambres disponibles en 2012</b>	243	459	362	195
<b>Nb de nuitées en 2012</b>	33'668	116'203	96'599	39'597
<b>Nb de lieux proposés par Jura &amp; Trois-Lacs pour des séminaires</b>	0	3	5	0
<b>Centre de congrès</b>	Non		Oui	Oui
<b>La salle pouvant accueillir le plus de monde</b>	Polyexpo		Palais des congrès	La Marive
<b>Nb de place maximum</b>	3000 places sans infrastructures		1200 places avec infrastructures	900 places avec infrastructures





Source : Données de l'auteur adaptées de (Office fédéral de la statistique, 2013f), (Région Yverdon-les-Bains Jura-Lac, 2009), (Bienne Seeland, 2013) et (Jura & Trois-Lacs, 2013a)

Selon le tableau ci-dessus, Yverdon-les-Bains comptabilise davantage de nuitées que La Chaux-de-Fonds malgré le fait qu'il y ait moins de chambres disponibles. La brochure « séminaires, congrès et événements » de Jura & Trois-Lacs connaît quelques lacunes. En effet, aucun lieu pouvant accueillir un séminaire n'est proposé pour La Chaux-de-Fonds et Yverdon-les-Bains. Comme mentionné précédemment, Yverdon-les-Bains ne fait pas politiquement partie de Jura & Trois-Lacs et possède donc ses propres moyens de communication pour le segment MICE. Bien que le Canton de Neuchâtel possède une salle pouvant accueillir plus de personnes que dans les villes de Bienne ou d'Yverdon-les-Bains, elle n'est pas fonctionnelle. En effet, Polyexpo est un espace vide qu'il faut complètement aménager lors de n'importe quel événement. Ce point est très négatif, puisque les organisateurs devront installer les éléments nécessaires pour leur congrès. En revanche, le Palais des congrès à Bienne ou La Marive à Yverdon-les-Bains sont équipés du matériel nécessaire à l'organisation de réunions.

#### 5.1. LE CENTRE DES CONGRÈS DE BIENNE

Le centre des congrès à Bienne s'appelle le Palais des congrès et est situé au centre-ville. Il contient plusieurs salles qui sont toutes modulables. (Bienne Seeland, 2013)

**Figure 2 - Salles à disposition au Palais des congrès**

Infrastructure					m²
Salle de concert	1200	350	700	-	825
Salle des sociétés	220	140	180	-	185
Galerie	-	-	280	-	370
Foyer	-	-	250	-	530
Workshops	20/80	15/45	-	-	30/120

Source : (Bienne Seeland, 2013)

#### 5.2. LE CENTRE DES CONGRÈS D'YVERDON-LES-BAINS

La Marive est un espace modulable permettant d'organiser tous types d'événements. Il est possible d'y accueillir jusqu'à 900 personnes. Le parterre est divisible en cinq espaces modulables. (Région Yverdon-les-Bains Jura-Lac, 2009b)

### 5.3. LE RÉSULTAT DU BENCHMARK

Il ressort de cette analyse que Bienne et Yverdon-les-Bains ont davantage de grandes salles aménagées spécialement pour le secteur MICE que le Canton de Neuchâtel. Toutefois, il est difficile d'effectuer une analyse précise puisqu'aucun chiffre concernant le tourisme d'affaires dans le Canton de Neuchâtel n'est connu. De plus, un email a été envoyé auprès des offices de tourisme de Bienne et d'Yverdon-les-Bains afin d'estimer l'impact économique du tourisme d'affaires dans leurs villes<sup>5</sup>. Aucune réponse n'a été obtenue de la part d'Yverdon-les-Bains. Bienne a envoyé un document PowerPoint présentant le secteur MICE, un fichier PDF avec le rapport d'activité de l'Office du tourisme de Bienne ainsi qu'un autre fichier PDF présentant le Palais des congrès.

Il est possible de supposer que davantage de réunions se déroulent à Yverdon-les-Bains et Bienne, d'une part parce que les infrastructures présentes sont mieux adaptées et d'autre part parce qu'une promotion active y est faite dans ces deux lieux (site internet avec onglet séminaire et une brochure MICE). Malgré le fait qu'Yverdon-les-Bains ne soit pas mentionné dans la brochure MICE de Jura & Trois-Lacs, la ville a une promotion active sur le site internet [www.yverdonlesbainsregion.ch](http://www.yverdonlesbainsregion.ch) et possède sa propre brochure.

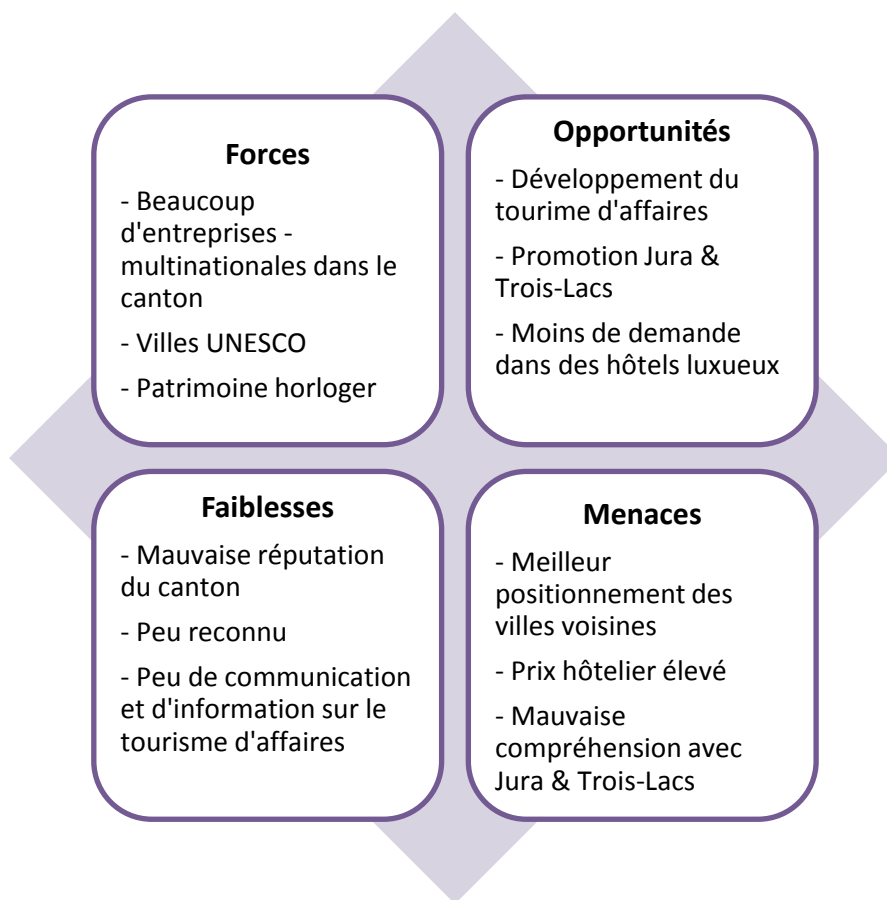
### 5.4. L'ANALYSE SWOT

L'analyse SWOT suivante permettra de mieux définir quelles sont les forces du Canton de Neuchâtel et de déterminer quels sont les points qui peuvent être améliorés pour promouvoir plus activement le tourisme d'affaires.

---

<sup>5</sup> L'email envoyé se trouve à l'annexe VII

**Figure 3 - Analyse SWOT du Canton de Neuchâtel**



Source : auteur

La figure trois montre que le Canton de Neuchâtel a énormément d'offres culturelles à proposer. De plus, les grandes entreprises horlogères présentent dans la région, font du Canton de Neuchâtel, un Canton très industriel. Par conséquent, le tourisme de manière générale et le tourisme d'affaires plus particulièrement ne sont pas une priorité pour l'économie. Toutefois, le tourisme d'affaires est en pleine expansion et une tendance se dégage : les voyageurs séjournent de plus en plus dans des hôtels \*\*\* ; ce qui est favorable pour la région puisque 10 hôtels de cette catégorie sont recensés dans le Canton. Cependant, les prix de ces derniers sont parfois encore trop élevés par rapport à la moyenne suisse. Les organisateurs d'événements le signalent régulièrement à l'Office du tourisme de Neuchâtel (Catherine Margueron, hôtesse d'accueil à l'office du tourisme de Neuchâtel, communication personnelle, 24 juin 2013).

De plus, les villes voisines arrivent à mieux se positionner dans le secteur du tourisme d'affaires. Par conséquent, le Canton de Neuchâtel « s'efface » et ne mentionne pas ce que rapporte ce secteur d'activité. Les hôteliers ne divulguent que très rarement des

informations quant à leur clientèle et, par conséquent, il existe très peu d'informations quant à l'importance du tourisme d'affaires pour la région.

Jura & Trois-Lacs a un impact positif pour le Canton de Neuchâtel, dans la mesure où cette société possède plus de moyens financiers pour la communication et le marketing que Neuchâtel Tourisme. Toutefois, les éléments que cette dernière peut mettre en avant ne sont pas encore clairement définis. En effet, Catherine Margueron (Catherine Margueron, CP, 24 juin 2013), qui développe actuellement le projet de Choco emotionS dans le Canton de Neuchâtel (projet qui a pour but de développer le patrimoine Suchard), a réussi à obtenir le soutien de l'Office du tourisme du Canton de Neuchâtel. Néanmoins, Jura & Trois-Lacs ne désire pas soutenir le projet, alors que ce dernier serait un élément de plus à utiliser dans l'offre de la destination Jura & Trois-Lacs.

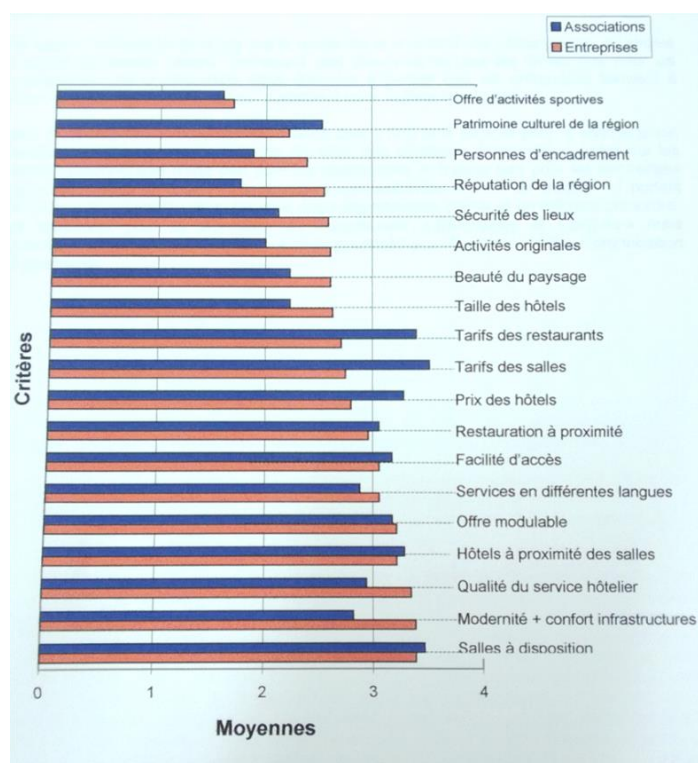
## 6. Les tendances dans le tourisme d'affaires

Certaines tendances ou manières de faire se dégagent en observant de plus près les organisateurs de voyages d'affaires ou de conférences. Il est important d'en tenir compte afin de satisfaire les attentes de ces personnes ainsi que pour proposer des solutions adaptées à leurs besoins.

Dans cette perspective, deux étudiantes ont réalisé un travail de mémoire en 2003 portant sur l'analyse de l'offre et de la demande du développement du tourisme neuchâteloise à travers les congrès, suite au mandat de Neuchâtel Tourisme. Pour effectuer cette analyse, un questionnaire a été envoyé à une centaine d'associations susceptibles d'organiser des congrès et à une centaine d'entreprises dont leur siège social se trouve à Neuchâtel. Le taux de réponse a été, respectivement, de 34% pour les associations et de 46,6% pour les entreprises. Les résultats les plus intéressants de ce travail sont les suivants :

*a. Les exigences d'une association ne sont pas les mêmes que pour une entreprise. (Ferranti, A. , Pelletier, K. , 2003, pp. 80-92)*

**Figure 4 - Exigences des associations et des entreprises**



Source : (Ferranti, A. , Pelletier, K. , 2003, p.93)

Comme il est possible de le voir sur cette image, les associations et les entreprises ne prennent pas en considération les mêmes éléments lorsqu'il s'agit d'organiser une réunion ou un voyage d'affaires. En effet, pour les associations les caractéristiques importantes sont les tarifs des restaurants, des salles et des hôtels. De plus, les salles à disposition sont également un point important. Leurs attentes peuvent se comprendre étant donné que les associations ont souvent un budget plus faible que les entreprises lors de l'organisation de conférences. Le prix est donc un élément décisif. Les entreprises, quant à elles, prêtent davantage attention à des éléments qualitatifs. Autrement dit, des aspects comme la qualité du service hôtelier ou le confort des infrastructures sont plus importants que les prix. Suite à la crise économique de 2008 et à l'effondrement de la demande française en 2012 (- 4,9% de dépenses des entreprises françaises et étrangères établies en France par rapport à 2011 (Veilleinfotourisme.fr, 2013), il serait intéressant de savoir si les éléments qualitatifs sont toujours aussi importants pour les entreprises et si le prix ne devient pas davantage un critère de sélection. En effet, suite à l'étude de Coach Omnium le prix de l'hôtel serait le premier critère de sélection pour les trois quarts des entreprises. De plus en plus des sociétés encouragent les collaborateurs à effectuer des voyages aller-retour sur une journée ou à séjourner dans des hôtels deux étoiles au lieu de trois et quatre étoiles. Toutefois, il y a quelques exceptions comme les grandes entreprises qui ne lésinent pas sur le confort et qui se soucient moins du prix des prestations. (Veilleinfotourisme.fr, 2013b).

*b. 72,4% des associations et 89,3% des entreprises ayant répondu au questionnaire affirment qu'elles organisent elles-mêmes la planification et le déroulement d'un congrès ou séminaire (Ferranti, A. , Pelletier, K. , 2003, pp. 80-92)*

Cette affirmation se confirme encore aujourd'hui puisque, selon l'étude de Coach Omnium, les deux tiers des voyages de tourisme d'affaires sont préparés en interne, soit au sein de l'entreprise, la plupart du temps par la secrétaire de direction. Par conséquent, l'organisation et la réservation des différentes prestations se font directement avec les prestataires. (Stratégies.fr, 2013)



*c. Plus de la moitié des associations et des entreprises ne connaissent pas les services proposés par l'Office du Tourisme (Ferranti, A. , Pelletier, K. , 2003, pp. 80-92)*

Il est possible de supposer que cette affirmation est encore d'actualité, dans la mesure où l'organisation des voyages d'affaires se fait encore à l'interne pour la grande majorité des entreprises / associations. Si ces dernières étaient mieux informées des services proposés par l'Office du tourisme concernant l'offre MICE, les résultats seraient peut-être différents. Toutefois, pour en avoir la confirmation, il serait nécessaire de refaire un questionnaire du même type.

D'autres tendances en matière de tourisme d'affaires se dégagent. Les entreprises sont exigeantes et demandent des garanties maximales. Il faut par conséquent être professionnel sur toute la chaîne de production, c'est-à-dire de la production de l'événement à la conception, en passant par le conseil. De plus, il est nécessaire d'être réactif. En cas de problème, le(s) prestataire(s) doit(vent) proposer une solution de rechange qui soit convenable. En outre, le contenu du séjour est essentiel afin de marquer les esprits. Il n'est donc pas rare de voir des conférences étayées par des activités ludiques. (Stratégies.fr, 2013).

## 7. Les propositions de solutions pour améliorer l'impact économique du tourisme d'affaires dans le Canton de Neuchâtel

Dans ce chapitre seront présentées plusieurs idées afin d'améliorer et de faire croître l'impact économique du tourisme d'affaires dans le Canton de Neuchâtel. Cet accroissement peut être fait de deux manières, soit en stimulant la demande (attirer davantage de touristes d'affaires dans le Canton de Neuchâtel) et/ou en incitant le touriste d'affaires à dépenser davantage lors de son séjour. Des solutions seront proposées selon des catégories, telles que la communication ou les infrastructures. De plus, le CréAtelier organisé au Swiss Creative Center permettra d'imaginer d'autres solutions.

### 7.1. LE CRÉATELIER AU SWISS CREATIVE CENTER

Le Swiss Creative Center (SCC) est une association à but non lucratif créée par la CNCI, Greubel-Forsey et la Haute École ARC. Le but est de favoriser la créativité, en montrant qu'elle se trouve chez chacun d'entre nous. Pour cela, deux espaces ont été aménagés :

- **Le Think Lab** : C'est un « environnement de réflexion dédié à la création d'idées nouvelles » (Swiss Creative Center, 2013).
- **Le Fab Lab** : C'est un atelier équipé de machines numériques permettant de réaliser rapidement des prototypes 3D (Swiss Creative Center, 2013).

Pour atteindre ses objectifs, le Swiss Creative Center propose différentes prestations comme les CréAteliers, des ateliers sur mesure, les conférences et les petits déjeuner Idées :

- **Les CréAteliers** : Ce sont des sessions créatives destinées exclusivement aux entreprises avec la présence d'un ou de plusieurs experts. Le but étant que l'expert présente un sujet et qu'ensuite les participants travaillent en groupe afin d'apporter de nouvelles idées pour résoudre la problématique.
- **Les ateliers sur mesure** : Si une entreprise doit faire face à un problème, il existe des sessions créatives personnalisées, accompagnées également d'un ou plusieurs experts afin d'imaginer des pistes solutions.

- **Les conférences** : Un expert vient présenter un sujet qui a ou qui aura de l'importance dans le futur et qui implique d'y réfléchir maintenant afin d'éviter des problèmes.
- **Les petits déjeuner Idées** : Permet de découvrir des projets créatifs et de réseauter entre 07h30 et 09h00.

La prestation du CréAtelier est une approche intéressante puisque cela implique que plusieurs personnes de différents horizons travaillent ensemble à la recherche de nouvelles idées sur une problématique donnée. Il est intéressant d'avoir des participants de divers domaines qui peuvent ainsi donner leur point de vue et leur vision du sujet. Il a été alors choisi, en collaboration avec l'équipe du SCC, d'organiser un CréAtelier sur le thème du tourisme d'affaires dans le Canton de Neuchâtel. À l'inverse d'un CréAtelier normal où les personnes s'inscrivent sur le site internet pour y participer, ici les invitations ont été faites personnellement. Le but étant d'avoir un plus petit groupe avec des participants qui connaissent plus ou moins le sujet ou qui sont touchés de près ou de loin par la problématique. C'est pourquoi les invitations ont été envoyées à l'Office du tourisme de La Chaux-de-Fonds, de Neuchâtel et de Jura & Trois-Lacs, ainsi qu'à la promotion économique de Neuchâtel, à l'hôtel Beau-Rivage, à la CNCI, à deux professeurs de la Haute École de Gestion & Tourisme et à l'équipe du SCC. Au final, les personnes suivantes ont répondu présente :

- Aude Olesen, responsable communication Jura & Trois-Lacs
- Adriana Curovic, responsable MICE Jura & Trois-Lacs
- Matthieu Aubert, responsable de projet à la CNCI
- Enrico Zuffi, EZ associates
- François Giorgianni, informaticien et collaborateur SCC
- Julien Moeschler, ethnologue et collaborateur SCC

Le CréAtelier a eu lieu le vendredi 14 juin de 13h30 à 17h dans les locaux du Swiss Creative Center et a débuté par une première partie générale sur ce qu'est le tourisme

d'affaires et s'en est suivi d'une présentation du tourisme d'affaires dans le Canton de Neuchâtel. Suite à cela, trois groupes de deux ont été créés :

- Groupe 1 : Aude Olesen et Adriana Curovic
- Groupe 2 : Matthieu Aubert et Enrico Zuffi
- Groupe 3 : François Giorgianni et Julien Moeschler

Ces groupes n'ont pas été créés aléatoirement. En effet, le but était de réunir les personnes ayant des caractéristiques similaires afin que l'échange soit plus simple et que les résultats soient moins biaisés. Si deux personnes ayant des caractéristiques différentes devaient discuter ensemble, les résultats présentés seraient un compromis et non pas une vision approuvée par les deux. Le but était de réfléchir à la question suivante : « Comment se fait-il que le tourisme d'affaires soit peu développé dans le Canton de Neuchâtel ? ». Pour trouver la véritable raison, la technique des « 5 pourquoi » a été utilisée. Cette technique permet de rechercher les causes profondes d'un dysfonctionnement. Voici un exemple pour illustrer le propos :

**Problème** : La moto ne démarre pas

1. **Pourquoi** la moto ne démarre pas ?

La batterie n'est pas chargée

2. **Pourquoi** la batterie n'est pas chargée ?

L'alternateur ne fonctionne pas

3. **Pourquoi** l'alternateur ne fonctionne pas ?

La courroie de l'alternateur est cassée

4. **Pourquoi** la courroie est cassée ?

La courroie était usée

5. **Pourquoi** la courroie était usée ?

La durée préconisée par le constructeur n'a pas été respectée

Avec cet outil, il est possible de remonter rapidement à la source du problème (L'Agence Nationale pour la Promotion de l'Innovation et de la Recherche au Luxembourg, 2008).

C'est avec cette technique qu'il a été demandé aux participants d'essayer de trouver le(s) véritable(s) problème(s) au fait que le tourisme d'affaires soit peu développé dans le Canton de Neuchâtel. Le temps à disposition était d'environ 30 minutes. Ensuite chaque groupe a dû présenter ses idées. Voilà ce qu'il en ait ressorti :

Le groupe un a proposé trois idées :

- a. Le Canton de Neuchâtel et en particulier la ville de Neuchâtel n'a pas d'éléments qui le ou la distingue des autres villes de taille moyenne en Suisse. Par conséquent, le véritable problème vient d'un manque de créativité.
- b. Le tourisme de manière générale n'est pas une tradition dans le Canton de Neuchâtel, à l'inverse d'autres destinations comme Montreux ou Interlaken. Par conséquent, le tourisme d'affaires dans le Canton n'est pas une priorité et n'est pas une évidence pour la population.
- c. Le Canton de Neuchâtel possède deux villes qui sont inscrites au Patrimoine UNESCO. Toutefois, le groupe estime qu'il n'y a pas d'infrastructures qui soient adaptées à l'USP (Unique Selling Proposition) des villes.

Le groupe deux pense :

- a. Que le tourisme d'affaires n'est pas un besoin pour le Canton. Ce dernier peut se développer autrement que par le tourisme.
- b. Qu'il y a un manque d'informations concernant le réel impact économique du tourisme d'affaires sur une région et c'est pourquoi personne n'essaie de développer ce segment. En effet, si les personnes en prenaient conscience, le tourisme d'affaires serait alors mis en avant.

Le groupe trois estime que le secret hôtelier est le véritable problème. Autrement dit, les hôteliers ne communiquent que très peu sur le nombre de conférences qu'ils organisent et qui sont leurs clients. C'est pourquoi, il est difficile d'estimer l'importance du tourisme d'affaires dans le Canton et donc de savoir les mesures à entreprendre pour le développer.

Suite à la présentation des idées, les participants devaient voter pour l'idée ou les idées qui leur semblaient être le véritable problème. Pour cela, une cible a été dessinée dont le un représentait le cœur du problème et le quatre était l'idée qui s'éloignait le plus ou qui n'était pas le véritable problème.

**Figure 5 - Photo de la cible**



Source : auteur

Avec cette photo, il est possible de voir que selon les participants, le véritable problème vient du fait qu'il y a un manque d'information sur l'impact économique du tourisme d'affaires. Le « secret hôtelier » est intimement lié, puisque, si aucune information n'est transmise, personne ne peut savoir ce que représente le tourisme d'affaires pour la région.

La suite du travail a consisté à réfléchir à deux ou trois solutions pour combler ce manque d'information. Deux groupes de trois personnes ont été constitués :

- Groupe 1 : François Giorgianni, Matthieu Aubert et Adriana Curovic
- Groupe 2 : Enrico Zuffi, Aude Olesen et Julien Moeschler

Le temps à disposition était, cette fois, plus long puisque les personnes avaient environ une heure pour essayer de trouver des solutions. Chaque groupe a ensuite présenté ses idées et s'en est suivie une discussion générale autour des propositions.

Les idées proposées sont les suivantes :

Le groupe un suggère de faire une étude sur l'importance du tourisme d'affaires dans le Canton de Neuchâtel. Cette étude permettra de sonder les entreprises, mais également les hôteliers et de se rendre compte de l'impact économique que cela peut avoir sur la région. Cette étude pourrait être réellement envisageable dans la mesure où la CNCI en collaboration avec l'État de Neuchâtel et la Banque Cantonale Neuchâteloise vont réaliser, pour la première fois, une étude sur le commerce de détail. Le but étant de réitérer cette étude chaque année sur des domaines économiques différents. C'est pourquoi, il serait envisageable de faire dans les années à venir une étude sur le tourisme et plus précisément sur le tourisme d'affaires. La deuxième idée propose d'avoir davantage de moyens et d'améliorer la brochure MICE proposée par les différents offices du tourisme.

Le groupe deux pense qu'il est nécessaire de mieux vendre les capacités existantes ; ce qui rejoint l'idée d'améliorer la brochure MICE et de mieux mettre en avant les points positifs du Canton. Ensuite, il serait intéressant, selon eux, de faire un séminaire d'information afin de présenter les impacts économiques du tourisme d'affaires sur le Canton de Neuchâtel et montrer l'importance que cela peut avoir. Pour cela, il est nécessaire d'impliquer les acteurs économiques qui ont la possibilité de réellement modifier ou de faire avancer les dossiers concernant le tourisme.

Généralement, suite à ces propositions, les participants doivent voter pour les trois idées qu'ils préfèrent en distribuant un, deux et trois points. L'idée qui aura récolté le plus grand nombre de point indique le chemin à suivre, selon le groupe, pour remédier au problème. Dans le cas de ce CréAtelier et suite à la discussion de groupe, les participants ont remarqué qu'au final toutes les idées étaient plus ou moins liées. En effet, il serait d'abord nécessaire de faire une étude sur l'impact économique du tourisme d'affaires en impliquant les acteurs économique. Ensuite, il faudrait organiser un séminaire d'information pour présenter les résultats, ce qui permettra de mieux vendre les capacités existantes puisque les éléments qui intéressent les entreprises seront connus.

## 7.2. LES PROPOSITIONS DE SOLUTIONS AU NIVEAU DE LA COMMUNICATION ET DE L'INFORMATION

Le CréAtelier au Swiss Creative Center ainsi que l'enquête menée auprès des hôteliers ont permis de réaliser que peu de monde était informé au sujet de l'impact économique du tourisme d'affaires sur la région ; ce qui a pour conséquence, un manque d'investissement des différentes parties prenantes. De ce fait, toutes les informations nécessaires pour avoir une offre claire et structurée ne sont pas présentes. Ci-dessous se trouve des propositions de solutions pour améliorer la communication et l'information à différents niveaux.

### 7.2.1. *JURA & TROIS-LACS*

Comme il a été possible de le voir dans une partie du travail, il n'existe pour le moment aucun inventaire répertoriant toutes les salles disponibles dans le Canton. Vincent Matthey (CP, 27 mars 2013) affirme que l'Office du tourisme de La Chaux-de-Fonds et Neuchâtel sont en pleine rédaction de cette liste. Cette dernière doit contenir les éléments suivants :

- Lieu
- Adresse
- Personne de contact pour la réservation
- Prix
- Nb de place
- Infrastructures disponibles

Cet inventaire permettra au responsable MICE de Jura & Trois-Lacs de répondre précisément à la demande des clients. En effet, si la personne responsable MICE n'est pas au courant de l'offre de toute la région, il lui sera difficile de vendre de manière attractive la destination. Dans la mesure où elle est la personne de contact, elle se doit de connaître parfaitement les infrastructures et les offres qu'il est possible de proposer aux clients. Par la suite et comme mentionné précédemment, la brochure MICE pourra être améliorée et pourra proposer une plus grande palette d'offres pour le Canton de Neuchâtel. Le site internet de Neuchâtel Tourisme pourrait également profiter de cet inventaire. En effet, l'offre proposée sur le site est très faible et peut faire penser que la destination n'est pas



une destination d'affaires. Par conséquent, il serait intéressant de développer l'onglet « Séminaires & congrès » en mettant en avant les différentes possibilités MICE existantes dans la région. De plus, il faudrait compléter la liste des activités ludiques car le seul choix proposé est Goût & Région. Il est alors très facile de s'imaginer que la région n'a rien à offrir d'exceptionnel. Le formulaire à remplir, destiné au responsable MICE, est relativement complet. Toutefois, une information essentielle manque : les différents moyens d'accès pour rejoindre le Canton de Neuchâtel. C'est un réel manque puisqu'une des priorités d'un organisateur, et cela pour des raisons principalement financières, est de trouver une destination qui soit proche d'un aéroport ou facilement accessible afin de limiter les frais de transport. Par conséquent, si la personne ne sait pas où se trouve la région, il lui sera difficile de s'imaginer quels sont les éléments à prendre en compte pour arriver dans la destination.

Jura & Trois-Lacs pourrait proposer un autre type de service afin d'aider les organisateurs à réaliser leur réunion/séminaire/congrès : une check-list séminaire. Comme mentionné précédemment, ce sont principalement des personnes internes aux entreprises / associations qui préparent le voyage d'affaires. Cette tâche n'est qu'une petite partie de l'ensemble du cahier des charges du collaborateur. C'est pourquoi, avec cette liste, Jura & Trois-Lacs aiderait la personne responsable à prévoir ce qui est nécessaire afin que rien ne soit oublié. Cette liste ne serait pas obligatoirement remise à chaque fois, mais en fonction de la personne organisatrice. Cette check-list pourrait également aider la responsable MICE, qui pourrait ainsi vérifier si tous les éléments ont été discutés pour l'organisation du séminaire.

Jura & Trois-Lacs devrait établir une collaboration plus étroite avec les différentes entreprises de la destination et principalement fournir une information sur les activités qui peuvent les intéresser comme, par exemple, le service « Venue Finder ». L'entreprise y rédige les éléments qu'elle nécessite pour la réalisation d'un séminaire ou autre et le/a responsable MICE se charge de faire une proposition dans les 24h.

#### **7.2.1.1. LE TEST DU CLIENT MYSTÈRE**

En 2012, sur les 91 demandes d'offres / d'informations reçues à Jura & Trois-Lacs par le/a responsable MICE, seules 17 se sont conclues par une réservation (Adriana Curovic, CP, 20 juin 2013). Plusieurs suppositions peuvent expliquer ce faible nombre de réservations :

- La réponse a été trop tardive
- L'offre proposée ne correspondait pas à la demande
- Le client n'est pas suffisamment pris en charge

Pour essayer de comprendre ce qui n'a pas fonctionné et afin de trouver des solutions pour y remédier, le principe du client mystère a été testé. Le but étant de se faire passer pour un client ordinaire, mais qui en réalité est uniquement là pour juger et critiquer la qualité du service afin de l'améliorer. C'est ce qui a été réalisé avec la collaboration de la responsable événementiel et communication de la CNCI. Cette dernière est également secrétaire d'une association patronale qui réalise chaque année une après-midi récréative, en compagnie des patrons mais également de toute la famille. Une conférence le matin ainsi qu'un apéritif dînatoire ont été ajoutés au programme habituel afin de toucher plusieurs domaines.

**Figure 6 - Demande d'offre – client mystère**

Établissements > Locaux > Chambres & programmes d'activités > Coordonnées >  
Confirmation

### Locaux

Pour que nous puissions vous soumettre gratuitement une offre taillée sur mesure, nous avons besoin des indications suivantes:

#### ÉVÉNEMENT

Lieu désiré	Jura Trois-Lacs
Type d'événement *	Après-midi récréative
Premier jour *	20.06.2014
Le meeting commence à	10 00 h
Dernier jour *	20.06.2014
Le meeting se termine à	23 00 Uhr

#### PARTICIPANTS

Nb. de participants Plenum *	30
Disposition	Concert
Nb. de salles pour groupes	
Disposition	Veuillez sélectionner...

#### INSTALLATIONS TECHNIQUES

En plus de l'équipement de base technique (rétroprojecteur, écran, flip-chart, tableau de conférence) nous avons encore besoin de moyens techniques suivants:

- ☐ Traduction simultanée
- ☒ Beamer
- ☒ Sonorisation

Remarque

Après-midi récréative d'une association patronale

Matin 10-12h : conférence de 30 personnes, suivi d'un apéro dinatoire

Après-midi 14h - 18h30 : 2 visites qui intéressent autant les patrons que les familles

Soir 19-23h : Repas de 30 personnes

Source : Données de l'auteur adaptées de (Jura & Trois-Lacs, 2013b)

Cette figure est une capture d'écran de la demande qui a été envoyée au secteur MICE de Jura & Trois-Lacs. Aucune chambre n'a été réservée puisque l'événement se déroule sur une seule journée. Les activités demandées peuvent avoir trait à la culture, à la découverte ou se faire sous forme de visites guidées. Suite à cette demande, un message de confirmation apparaît, informant qu'une réponse sera envoyée sous 24h.

### Figure 7 - Message de confirmation – Venue Finder

Établissements > Locaux > Chambres & programmes d'activités > Coordonnées >

Confirmation

**Merci**

Merci de votre demande. Vous allez recevoir une réponse dans les 24 heures.

N'hésitez pas à nous contacter si vous avez des questions !

Jura & Trois-Lacs

Service Séminaires & Congrès

c/o Region Solothurn Tourismus

Hauptgasse 69

4500 Solothurn

T. +41 (0) 32 626 46 36

Source : Données de l'auteur adaptées de (Jura & Trois-Lacs, 2013b)

Ce message de confirmation pose problème puisque l'adresse et le numéro de contact ne font pas référence au secteur MICE de Jura & Trois-Lacs, mais renvoient à l'Office du tourisme de Soleure. La demande a été envoyée à Jura & Trois-Lacs et non pas à la région de Soleure Tourisme, il y a donc une erreur qui doit être corrigée afin de ne pas tromper le client.

Après 24h, la réponse de la part de la responsable MICE de Jura & Trois-Lacs a été reçue. Cette dernière ne propose aucune offre, mais informe que la demande a bien été transmise et que des localités ainsi qu'un programme seront proposés prochainement. Une semaine après l'envoi de la demande, une nouvelle réponse est parvenue. Trois salles sont proposées :

1. À l'hôtel Jean-Jacques Rousseau, Neuveville
2. À l'hôtel Prussien, Neuchâtel
3. À l'hôtel Cristal, Saignelégier

La première offre est complète. Il y a la mention des prestations incluses dans le forfait avec les prix. Une brève information sur la salle ainsi que la situation de l'hôtel. De plus, une carte des menus a été envoyée, permettant à l'organisateur de choisir ce qui sera servi.

La deuxième offre est plutôt sommaire. À l'inverse de la première, il n'y a pas le logo de l'hôtel, pas d'adresse postale, ni l'adresse du site internet. À part la mention du prix de la salle, aucune description n'est donnée. Concernant l'apéritif dînatoire, la proposition contient des fautes d'orthographe et ne mentionne pas ce qui sera servi. L'hôtel propose pour le repas du soir un menu surprise. Ce dernier élément risque de ne pas plaire à l'organisateur. En effet, ce dernier doit être en mesure de pouvoir modifier ou adapter le

repas en fonction des convives. De plus, en connaissant le(s) plat(s) servi(s), il lui sera possible de négocier le prix.

L'offre trois est également sommaire au niveau de l'information du lieu. Toutefois, concernant l'apéritif dînatoire, une carte des mets a été envoyée, permettant à l'organisateur de choisir parmi six variantes (en termes de plats servis et de prix). À l'inverse des deux autres offres, l'hôtel Cristal propose une activité pour le programme de l'après-midi : un forfait Wellness. Ce dernier est très peu détaillé et n'est pas attractif. Un menu à choix est proposé pour le repas du soir sur le site internet de l'hôtel. L'organisateur n'a pas tous les éléments nécessaires sous les yeux. Il doit donc se rediriger sur une autre page, ce qui n'est pas pratique.

La proposition du programme récréatif est effectuée par Jura & Trois-Lacs. Cette dernière reste très simple. En effet, il y a une simple énumération des types d'activités qu'il est possible de faire dans les trois villes où se situent les hôtels. Il n'y a aucune description, ni mention du prix. Par conséquent, si l'organisateur désire en savoir davantage sur une activité, il doit effectuer lui-même les recherches ou appeler la responsable MICE.

Deux éléments sont importants à relever suite à ce test du client mystère :

- L'attente est longue avant d'obtenir une ou plusieurs propositions d'offres (une semaine dans ce cas)
- Les offres sont sommaires. Il y a très peu des descriptions et d'explications, ce qui rend l'offre plutôt banal, sans grande originalité.

De ce fait, les mesures à adopter devraient améliorer ces deux aspects.

Dans le test effectué, le délai d'attente d'une semaine n'est pas si grave dans la mesure où l'événement n'a lieu qu'en 2014. En revanche, un organisateur plus pressé ne supportera pas une attente aussi longue et ira, de ce fait, voir la concurrence. Par conséquent, il est nécessaire de mettre en place un mécanisme qui réponde plus rapidement à la demande. Il faudrait créer un programme informatique utilisé par tous les prestataires afin qu'ils y notent leurs réservations. De ce fait, la responsable MICE aurait accès en direct aux

réservations et n'aurait ainsi plus besoin de contacter les prestataires pour connaître leurs disponibilités. La suppression de ce mécanisme permettrait un gain de temps considérable.

Avant d'envoyer l'offre à l'organisateur, il serait pertinent que la responsable MICE étoffe davantage le forfait envoyé par le(s) prestataire(s) afin de stimuler l'envie d'organiser une réunion ou une après-midi récréative dans les lieux proposés. Quelques photos ainsi qu'une description pourraient être rajoutées, ce qui rendrait l'offre plus attractive. Pour attirer réellement l'organisateur, il faut rendre les propositions uniques à ces yeux.

#### *7.2.2. LA PROMOTION ÉCONOMIQUE*

La compagnie aérienne Swiss Air sélectionne, chaque année et pour une période de trois mois, un établissement hôtelier et/ou de restauration afin qu'il serve les repas lors des vols en business et en first class. Cette année, c'est l'hôtel Beau-Rivage à Neuchâtel qui a été choisi. Les plats devront contenir des produits régionaux et ainsi mettre en valeur le Canton de Neuchâtel. De plus, la compagnie offre la possibilité aux différents acteurs du Canton de promouvoir la région avec, par exemple, un film promotionnel ou une brochure. Ayant pris connaissance de cette information (Florian Némethi, directeur de la chambre neuchâteloise du commerce et de l'industrie, communication personnelle, 26 juin 2013) le Beau-Rivage a pris contact avec la promotion économique et la CNCI afin d'établir une stratégie de promotion. L'Office du tourisme de Neuchâtel a également été contacté et invité à la conférence de presse dévoilant le menu qui sera servi. Aucun membre des différents offices du tourisme de Neuchâtel ne s'est présenté à l'événement. Ce manque d'intérêt de la part de l'Office du tourisme est étonnant. En effet, cette occasion est une véritable chance pour le Canton de se faire connaître auprès de la clientèle d'affaires. En outre, cela permettra peut-être d'attirer davantage de touristes (de loisirs ou d'affaires) dans la région.

En analysant la réponse des hôteliers, suite au questionnaire envoyé, sur ce qui pourrait être amélioré pour attirer davantage de tourisme d'affaires, un élément revient régulièrement : les visites d'entreprises. Selon eux, les entreprises de la région, organisatrices de réunions, ne sont pas suffisamment informées sur les possibilités qui leur sont offertes dans la région pour leurs « événements ». C'est pourquoi, ces derniers proposent que les hôteliers visitent les entreprises ou inversement afin d'établir une collaboration plus proche. À cet effet, il serait envisageable que la promotion économique,

en collaboration avec l'Office du tourisme, informe plus précisément les entreprises sur les infrastructures disponibles. Un document pourrait être remis, répertoriant les informations essentielles.

De plus, la promotion économique ainsi que la CNCI pourraient informer les entreprises sur le rôle de l'Office du tourisme. En effet, comme le montre l'étude de 2003 (p.35 de ce travail), très peu d'entreprises savent ce que fait réellement un office du tourisme et, par conséquent, elles ne se dirigent pas vers l'office afin de demander des informations quant à l'organisation d'un événement / séminaire.

### 7.2.3. *LES HÔTELIERS*

Les différentes discussions menées pour la réalisation de ce travail ont permis de rendre compte que le Canton de Neuchâtel, de manière générale, souffre d'un manque de communication des hôteliers. Ces derniers sont plutôt individualistes et n'informent pas ou que très peu sur leur taux d'occupation ou sur les clients qu'ils reçoivent. Une collaboration plus étroite entre les offices du tourisme et les hôteliers devrait être entreprise. En effet, cela permettrait :

- d'estimer de manière plus précise le tourisme d'affaires dans la région ;
- de mieux connaître le profil des clients et de leurs demandes. En connaissant mieux les clients, il sera plus facile pour l'Office du tourisme de programmer des offres qui pourront ensuite être proposées par les hôteliers ;
- de créer une cohésion entre les prestataires de services dans le domaine du tourisme d'affaires afin de vendre la destination comme un tout. Cet élément est essentiel afin que les voyageurs se sentent bien à l'endroit où ils se trouvent et qu'ils ne ressentent pas les conflits d'intérêt.

### 7.3. LES PROPOSITIONS DE SOLUTIONS AU NIVEAU DE L'OFFRE HÔTELIÈRE

Bien que les hôteliers doivent payer une cotisation pour figurer dans la brochure des hôtels que propose l'Office du tourisme pour le Canton, certains hôtels n'y figurent pas car le niveau de qualité est jugé faible. Dans le but d'augmenter la capacité hôtelière susceptible d'accueillir des voyageurs d'affaires, une aide pourrait être prévue à cet effet. Autrement dit,

le Canton pourrait soutenir financièrement un hôtelier qui désire rénover son hôtel. Ce soutien serait un bon moyen pour convaincre les hôteliers à agir et à mettre en place une stratégie commerciale.

#### 7.4. LES PROPOSITIONS DE SOLUTIONS AU NIVEAU DES INFRASTRUCTURES

Les analyses effectuées ci-dessus montrent que les salles réellement adaptées au tourisme d'affaires se trouvent dans des hôtels ou dans les universités. Toutefois, ces dernières ne sont pas optimales pour l'ensemble du secteur MICE. En effet, il sera difficile d'y faire de grands congrès ou d'avoir une grande salle plénière avec plusieurs petites salles de séminaires (la plupart des demandes vont dans ce sens (Florent Barral, responsable commercial & marketing, Hilton Évian-les-Bains, communication personnelle, 4 juin 2013)). Deux projets ont été présentés permettant de « combler » ce manque. Le premier vient de Michel Wofl SA qui chapeaute le projet et propose de réaménager l'hôtel-restaurant Touring afin d'y créer un restaurant mexicain, un hôtel de 100 à 150 chambres et un centre de congrès de 500 à 600 places. Toutefois, aucune analyse de marché n'a été effectuée permettant de déterminer pour quel secteur MICE se destine ce centre de congrès. Bien que ce projet soit approuvé par l'Office du tourisme de Neuchâtel et différents hôteliers, aucune information complémentaire n'a été donnée quant à l'état d'avancement du projet. (htr - hotelrevue, 2012). La deuxième idée vient de SWA concept Sàrl (2012, pp. 9-21) qui propose la construction du SWISS WATCH ARENA (SWA) ; un complexe regroupant :

- La plus grande montre du monde ;
- Un musée dédié au Temps ;
- Une vitrine de la haute horlogerie suisse ;
- Une salle d'expositions et de congrès de 6'300 m<sup>2</sup> ;
- Une salle de spectacles et de concerts de 5'900 m<sup>2</sup> ;
- Un hôtel de luxe \*\*\*\*\* de 40 suites avec trois salles de conférences (254 m<sup>2</sup>, 170 m<sup>2</sup> et 147 m<sup>2</sup>) et un restaurant gastronomique ;
- Une centrale solaire



**Figure 8 - Maquette du Swiss Watch Arena**



Source : (SWA concept Sàrl, 2012)

Ce bâtiment, qui représenterait la plus grande montre du monde, mesurerait 95m de diamètre et 35m de haut (SWA concept Sàrl, 2012, p. 33) et se situerait au bord du lac de Neuchâtel. Toutefois, ce projet divise. La Ville de Neuchâtel s’y oppose et le Conseil communal a affirmé qu’il n’entrerait pas en matière quant à l’implantation de ce complexe. Il faut savoir qu’un autre projet a déjà été retenu pour le réaménagement des Jeunes-Rives (le même lieu que le SWA). À l’inverse, le projet est soutenu par la Fondation Sandoz, l’ancien Conseiller d’État Thierry Grosjean (Département de l’économie) ainsi que la marque horlogère Parmigiani. (Bilan, 2012). Toutefois, depuis la présentation de ce projet, ce dernier n’a pas évolué. Aucune autre information n’a été transmise quant à l’état d’avancement du projet.

Ces deux projets montrent qu’il existe des faiblesses dans le Canton de Neuchâtel au niveau des infrastructures pour les congrès et concernant l’hôtellerie. Toutefois, avant d’accepter l’un des deux projets, il conviendrait d’analyser les ressources présentes afin de ne pas construire des éléments qui ne seront que peu utilisés par la suite. Comme mentionné précédemment, un inventaire des salles louables pour des conférences est nécessaire. De plus, il serait envisageable de réaménager les salles dont les infrastructures datent. En outre, pour les salles dont l’infrastructure manque, il faudrait prévoir un package à proposer aux organisateurs. Autrement dit, un prix est fixé d’avance comprenant le coût de la salle ainsi que l’aménagement de celle-ci selon les besoins.

Par conséquent, l'organisateur n'aurait plus la nécessité de prendre contact avec différents prestataires pour réaliser son événement. Le package doit être proposé à un prix attractif puisque l'organisateur a toujours la possibilité de choisir un autre lieu possédant déjà le matériel nécessaire.

Dans la mesure où le Canton de Neuchâtel est connu principalement pour son savoir-faire dans l'industrie horlogère, il serait intéressant de pouvoir visiter des entreprises de ce secteur. Toutefois, il faut savoir les entreprises horlogères n'ouvrent que très rarement leurs portes aux visiteurs ; c'est un secteur extrêmement fermé. Par conséquent, il serait intéressant que l'Office du tourisme, en collaboration avec les entreprises, établisse une infrastructure de visite permettant aux touristes de découvrir quelques éléments de cette industrie.

#### 7.5. LE RÉCAPITULATIF DES PROPOSITIONS DE SOLUTIONS

Afin de structurer les propositions amenées tout au long du travail, les différentes mesures présentées sont classées ci-dessous dans des tableaux par catégorie.

**Tableau 21 - Mesures développant le tourisme d'affaires**

Mesures permettant de développer le tourisme d'affaires dans le Canton de Neuchâtel
Effectuer une étude sectorielle
Organiser un séminaire d'information sur l'impact économique du tourisme d'affaires
Créer un inventaire répertoriant toutes les salles du Canton de manière précise et exhaustive
Créer une check-list séminaire qui aide à organiser une réunion
Proactivité de la part de l'office du tourisme
Établir une meilleure collaboration entre les hôteliers et l'office du tourisme
Apporter une aide financière de la part de l'État pour tous les hôtels qui effectuent une rénovation

Source : auteur

Les éléments cités ci-dessus permettront de mieux connaître le secteur du tourisme d'affaires ainsi que de le soutenir. En effet, si les différents prestataires contribuent à son développement et à son amélioration, le Canton sera d'autant plus attractif.

**Tableau 22 - Mesures attirant davantage de touristes d'affaires**

Mesures immédiates permettant d'attirer davantage de tourisme d'affaires dans le Canton de Neuchâtel
Améliorer la brochure MICE de Jura & Trois-Lacs
Mettre en évidence les activités touristiques du Canton
Faire connaître les services de l'office du tourisme aux entreprises du Canton
Lors d'une demande d'offre d'un client, rendre la proposition plus attractive
Organiser des visites des entreprises horlogères

Source : auteur

Ces mesures pouvant être mises en place dans un délai à court terme permettront d'attirer davantage de tourisme d'affaires dans le Canton.

**Tableau 23 - Mesures incitant les touristes d'affaires à dépenser davantage**

Mesures immédiates incitant les touristes d'affaires à dépenser davantage
Améliorer la brochure MICE de Jura & Trois-Lacs
Mettre en évidence les activités touristiques du Canton
Organiser des visites des entreprises horlogères

Source : auteur

Les éléments cités dans le tableau 23 permettront de faire rester plus longtemps les touristes d'affaires dans la région. Par conséquent, ces derniers dépenseront davantage dans le Canton.

Les mesures susmentionnées pourraient être très efficaces, cependant la liste n'est pas exhaustive. Il serait possible d'imaginer encore différentes mesures promotionnelles afin d'attirer davantage de touristes d'affaires (ou de les faire dépenser davantage). Toutefois, ces aspects ne seront jamais opérationnels dans un environnement « inconnu ». En effet, il existe encore beaucoup de zones d'ombres concernant le segment du tourisme d'affaires dans le canton de Neuchâtel :

- Mise à part les personnes liées au domaine du tourisme, peu connaissent réellement l'impact économique de ce secteur ;
- L'économie neuchâteloise est basée sur une industrie horlogère forte, de ce fait, le besoin de développer un autre segment ne se fait pas sentir

C'est pourquoi, les éléments à mettre en place à court terme permettent de mieux connaître le secteur du tourisme d'affaires que de le développer. C'est donc une première phase à réaliser, avant d'établir des mesures de promotion attractives.

## CONCLUSION

Suite aux analyses effectuées lors de ce travail, il en résulte que les petits séminaires (au maximum 150 personnes) sont adaptés aux infrastructures du Canton de Neuchâtel. Bien que ce dernier offre plusieurs grandes salles, pouvant accueillir plus de 100 personnes, celles-ci ne sont pas toutes dotées de l'équipement technique nécessaire pour une réunion. De ce fait, et afin de garantir un service de qualité, il est pertinent de positionner le Canton de Neuchâtel dans le segment des petits séminaires. Comme vu précédemment, l'impact économique du tourisme d'affaires s'accroît de manière considérable lorsque les touristes dorment une nuit sur place. Selon les réponses récoltées via le questionnaire envoyé aux hôteliers neuchâtelois, un grand nombre d'hôtels ont un taux d'occupation supérieur à 50% durant la semaine. Par conséquent, la question suivante se pose : combien de réunions avec nuitée est-il encore possible d'accueillir avant que les hôtels soient pleins ? Une zone d'ombre flotte sur ces informations. En effet, au vu des réponses des hôteliers (grâce au taux d'occupation), le tourisme d'affaires est relativement bien développé dans le Canton de Neuchâtel, puisque le chiffre d'affaires des hôtels provient principalement de ce segment. À l'inverse, selon l'office du tourisme, ce secteur mérite d'être développé davantage. Il est donc difficile d'estimer si les petits séminaires impliquant une ou plusieurs nuitées sont adaptés à l'offre du Canton. C'est pourquoi, un travail préalable est nécessaire avant d'entreprendre quelque mesure de marketing visant à attirer davantage de touristes d'affaires ou à les faire rester plus longtemps.

Comme mentionné durant le CréAtelier au SSC, il conviendrait de faire une étude sectorielle afin de déterminer l'impact du tourisme et, plus précisément, du tourisme d'affaires dans le Canton de Neuchâtel. Suite à ces résultats, il en découlera les mesures à entreprendre. En effet, ces dernières ne seront pas les mêmes s'il s'agit de développer le tourisme d'affaires en tant que « nouveau » segment du tourisme ou en tant que segment déjà présent, mais qui mérite des améliorations afin de le développer davantage. Lors de cette prise de décision, il sera nécessaire d'identifier le rôle de Neuchâtel Tourisme et de Jura & Trois-Lacs, afin que le Canton de Neuchâtel soit mis en évidence et ne disparaisse pas derrière les grandes villes se trouvant déjà dans le segment du tourisme d'affaires.

De plus, il convient de mentionner les limites de ce travail. Le tourisme d'affaires touche énormément de prestataires différents qui ont leurs caractéristiques. Par conséquent, il est difficile, de tenir compte des besoins de chacun et des répercussions que cela engendrera lors des propositions d'améliorations.

## RÉFÉRENCES

- Bienne Seeland. (2013). *Palais des congrès*. Récupéré sur <http://www.bienne-seeland.ch/fr/congres/venuefinder.html#stepper=step1>
- Bienne Seeland. (2013). *Séminaires, congrès et événements*. Récupéré sur <http://www.bienne-seeland.ch/fr/congres/venuefinder.html#stepper=step1>
- Bilan. (2012). *Un projet de montre géante suscite la polémique*. Récupéré sur <http://www.bilan.ch/economie/un-projet-de-montre-geante-suscite-la-polemique>
- Canton de Vaud. (2013). *L'importance du tourisme pour l'économie vaudoise*. Récupéré sur Vd.ch: [http://www.vd.ch/fileadmin/user\\_upload/themes/economie\\_emploi/tourisme/fichiers\\_pdf/rutter-rapport-vd-chap6.pdf](http://www.vd.ch/fileadmin/user_upload/themes/economie_emploi/tourisme/fichiers_pdf/rutter-rapport-vd-chap6.pdf).
- Carlson Wagonlit Travel. (2013). *Une gestion efficace des voyages d'affaires*. Récupéré sur [http://www.carlsonwagonlit.ch/fr/countries/ca/about\\_us/effective\\_travel\\_management.html](http://www.carlsonwagonlit.ch/fr/countries/ca/about_us/effective_travel_management.html)
- CNCI. (2005). *Liste cantonale des salles et chalets à louer*. Neuchâtel: auteur.
- Comité Départemental du Tourisme de la Marne. (2013). *Connaître le tourisme d'affaire et répondre à ses exigences*. Récupéré sur <http://www.tourisme-en-champagne.com/Upload/Mediatheque//espace-partenaire/etudes-et-publications/Connaitre-le-tourisme-daffaire-et-repondre-a-ses-exigences.pdf>
- Davidson, R., & Cope, B. (2003). *Business Travel - Conferences, Incentive Travel, Exhibitions, Corporate Hospitality and Corporate Travel*. Edinburgh: Pearson Education Limited.
- Département de l'économie, Service de statistique. (2012). *Annuaire statistique du canton de Neuchâtel 2012*. Neuchâtel: République et canton de Neuchâtel.
- Dupuy, M. (2005). *Le Tourisme d'Affaires - Comprendre, organiser et réussir*. Paris: Editions TECHNIP.
- EPFL. (2012). *Accès Neuchâtel*. Récupéré sur <http://opt.epfl.ch/page-40402-en.html>
- Ferranti, A., Pelletier, K., (2003). *Le développement du tourisme neuchâtelois à travers les congrès : analyse de l'offre et de la demande ainsi que des possibilités d'expansion* (thèse de Master non-publiée). Université de Neuchâtel, Neuchâtel.
- htr - hotelrevue. (2012). *Jura-Trois-Lacs rêve de congrès*. Récupéré sur [http://www.htr.ch/artikel\\_32500.html](http://www.htr.ch/artikel_32500.html)

Iccaworld.com. (2013a). *FAQs - Definition of "MICE"*. Récupéré sur <http://www.iccaworld.com/aeps/aeitem.cfm?aeid=29>

Iccaworld.com. (2013b). *FAQs - What is the difference between a congress and a conference?* Récupéré sur <http://www.iccaworld.com/aeps/aeitem.cfm?aeid=909>

Jura & Trois-Lacs. (2010). *MICE*. Bienne: auteur.

Jura & Trois-Lacs. (2012). *Hôtels 2013*. Jura & Trois-Lacs.

Jura & Trois-Lacs. (2013a). *Biel / Bienne Seeland à la carte 2013 - Guide touristique officiel*. Bienne: Tourismus Biel Seeland, Biel/Bienne.

Jura & Trois-Lacs. (2013b). *Venue Finder*. Récupéré sur [www.juratroislacs.ch/fr/congres.html#stepper=step2](http://www.juratroislacs.ch/fr/congres.html#stepper=step2)

L'Agence Nationale pour la Promotion de l'Innovation et de la Recherche au Luxembourg. (2008). *5 "Pourquoi" = Comment résoudre une défaillance / un problème*. Récupéré sur Innovation.public.lu: <http://www.innovation.public.lu/fr/ir-entreprise/techniques-gestion-innovation/resolution-probleme/080812-5Pourquoi-vers-fran.pdf>

Lba. (2011). *Jura & Trois-Lacs est née*. Récupéré sur <http://www.rfj.ch/rfj/Actualite/Regionale/13511Jura-Trois-Lacs-est-nee.html>

Lehoucq, N. (2007). *Tourisme et développement : comment le tourisme s'est-il imposé au sein du nouveau théorique*. Récupéré sur Mémoire online: [http://www.memoireonline.com/08/08/1446/m\\_tourisme-et-developpement-renouveau-theorique2.html](http://www.memoireonline.com/08/08/1446/m_tourisme-et-developpement-renouveau-theorique2.html)

M.S. (2010). *The history and development of meetings industry*. Récupéré sur See business travel & meetings magazine: <http://www.seebtm.com/en/the-history-and-development-of-meetings-industry/>

MICEFINDER.COM. (2013). *Glossaire du MICE*. Récupéré sur <http://www.micefinder.com/glossaire.html>

Neuchâtel Tourisme. (2013a). *Hébergement*. Récupéré sur <http://www.neuchateltourisme.ch/fr/hebergement.html#>

Neuchâtel Tourisme. (2013b). *Musées*. Récupéré sur <http://www.neuchateltourisme.ch/fr/decouvertes/musees.html>

Neuchâtel Tourisme. (2013c). *Patrimoine mondial de l'UNESCO*. Récupéré sur <http://www.neuchateltourisme.ch/fr/decouvertes/sites-unesco.4978.html>

Neuchâtel Tourisme. (2013d). *Visites de ville guidées*. Récupéré sur <http://www.neuchateltourisme.ch/fr/decouvertes/visites-de-ville-guidees.4728.html>

Neuchâtel Tourisme. (2013e). *Les insolites*. Récupéré sur <http://www.neuchateltourisme.ch/fr/decouvertes/les-insolites.html>

Office de Documentation et de Ressources pédagogiques. (2013). *Organisation de représentations scolaires dans le canton de Neuchâtel*. Récupéré sur <http://www.rpn.ch/informations/salles/>

Office fédéral de la statistique. (2013a). *Les principaux chiffres - Hôtellerie : offre et demande des établissements ouverts par canton*. Récupéré sur <http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/themen/10/01/key.html>

Office fédéral de la statistique. (2013b). *Infrastructure et utilisation – Indicateurs - Cantons*. Récupéré sur <http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/themen/10/03/blank/key/02/03.html>

Office fédéral de la statistique. (2013c). *Etat et structure de la population – Données détaillées*. Récupéré sur <http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/themen/01/02/blank/data/01.html>

Office fédéral de la statistique. (2013d). *Etat et structure de la population – Indicateurs - Agglomérations*. Récupéré sur [http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/themen/01/02/blank/key/raeumliche\\_verteilung/agglomerationen.html](http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/themen/01/02/blank/key/raeumliche_verteilung/agglomerationen.html)

Office fédéral de la statistique. (2013e). *STAT-TAB: la banque de données statistiques interactive - Entreprises*. Récupéré sur [http://www.pxweb.bfs.admin.ch/Dialog/varval.asp?ma=px-f-06-2A01&path=../Database/French\\_06%20-%20Industrie%20et%20services/06.2%20-%20Entreprises/&lang=2&prod=06&openChild=true&secprod=2](http://www.pxweb.bfs.admin.ch/Dialog/varval.asp?ma=px-f-06-2A01&path=../Database/French_06%20-%20Industrie%20et%20services/06.2%20-%20Entreprises/&lang=2&prod=06&openChild=true&secprod=2)

Office fédéral de la statistique. (2013f). *Infrastructure et utilisation – Indicateurs / Communes*. Récupéré sur <http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/themen/10/03/blank/key/01/04.html>

Perrin, O. (2012). *Statistique - Les hôtels de Genève et de Zurich restent parmi les plus chers du monde*. Récupéré sur Le Temps: <http://www.letemps.ch/Page/Uuid/2f9daf9c-e60e-11e1-a236-978e19c5b247|0#.UZy8ANhRx8F>



- Région Yverdon-les-Bains Jura-Lac. (2009). *Yverdon-les-Bains: lieu de choix pour l'organisation d'événements*. Récupéré sur [http://www.yverdonlesbainsregion.ch/fr/Congres\\_Seminaires/DestinationAffairesYverdon](http://www.yverdonlesbainsregion.ch/fr/Congres_Seminaires/DestinationAffairesYverdon)
- Région Yverdon-les-Bains Jura-Lac. (2009b). *La Marive*. Récupéré sur [http://www.yverdonlesbainsregion.ch/fr/Congres\\_Seminaires/salles\\_seminaires/La\\_Marive](http://www.yverdonlesbainsregion.ch/fr/Congres_Seminaires/salles_seminaires/La_Marive)
- République et canton de Neuchâtel. (2012). *Les hautes écoles spécialisées (HES)*. Récupéré sur <http://www.ne.ch/neat/site/jsp/rubrique/rubrique.jsp?StyleType=bleu&DocId=15136>
- Rogers, T. (2008). *Conferences and Conventions - A global industry second edition*. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Schegg, R. (25 juin 2012). Business tourism as an opportunity for development of regions – on the example of Switzerland. Sierre: HES-SO Valais-Wallis.
- Service des formations postobligatoires et de l'orientation. (2013). *Liste des associations professionnelles*. Récupéré sur [http://www.ne.ch/neat/documents/formation/formapro\\_4574/4574\\_5236/5236\\_5238/associations.pdf](http://www.ne.ch/neat/documents/formation/formapro_4574/4574_5236/5236_5238/associations.pdf)
- Stratégies.fr. (2013). *Tourisme d'affaires - Introduction*. Récupéré sur <http://www.strategies.fr/etudes-tendances/dossiers/r37217/tourisme-d-affaires.html>
- Suisse Tourisme. (2013a). *Séminaires et Incentives*. Récupéré sur <http://www.myswitzerland.com/fr/seminaire/preparation-d-un-seminaire/sites-de-congres.html>
- Suisse Tourisme. (2013b). *Creux du Van - spectacle naturel grandiose*. Récupéré sur <http://www.myswitzerland.com/fr/creux-du-van-val-de-travers.html>
- SWA concept Sàrl. (2012). *SWISS WATCH ARENA - Au cours de la mesure du temps*. Neuchâtel: auteur.
- Swiss Creative Center. (2013). *Centre*. Récupéré sur <http://swisscreativecenter.ch/#&panel1-1>
- SwissCommunity.org. (2010). *Neuchâtel: Economie*. Récupéré sur <http://www.swisscommunity.org/fr/decouvrir-la-suisse/neuchatel/economie>

- Switzerland Convention & Incentive Bureau. (2012). *Switzerland Meetings Report*. Zürich: ST - Market Research.
- Tourisme Bienne Seeland. (2013). Congrès - Séminaires - Événements au Palais des congrès Biel / Bienne. Bienne: auteur.
- Tribune de Genève. (2010). *Tourisme - Le prix moyen d'une chambre d'hôtel en Suisse est de 198 francs*. Récupéré sur <http://archives.tdg.ch/prix-moyen-chambre-hotel-suisse-198-francs-2010-03-10>
- Trivago. (2013). *Indice des prix d'hôtels trivago*. Récupéré sur [http://imgll.trivago.com/contentimages/press/texts/tableau\\_thpi\\_122012.pdf](http://imgll.trivago.com/contentimages/press/texts/tableau_thpi_122012.pdf)
- Université de Neuchâtel. (2013). *Facultés et sous-unités*. Récupéré sur [http://www2.unine.ch/unine/facultes\\_et\\_sous\\_unites\\_1](http://www2.unine.ch/unine/facultes_et_sous_unites_1)
- Université de Neuchâtel. (2013b). *Locaux / tarifs / conditions*. Récupéré sur <http://www2.unine.ch/batiments/page-10399.html>
- Veilleinfotourisme.fr. (2013). *"Coupes claires dans les dépenses du tourisme d'affaires" et "chute de 4,9% en 2012" selon de l'étude Coach Omnium*. Récupéré sur <http://www.veilleinfotourisme.fr/coupes-claires-dans-les-depenses-du-tourisme-d-affaires-et-chute-de-4-9-en-2012-selon-de-l-etude-coach-omnium--102065.kjsp>
- Veilleinfotourisme.fr. (2013b). *Dépenses de voyages d'affaires prudentes en 2012 et 2013 en Europe*. Récupéré sur <http://www.veilleinfotourisme.fr/depenses-de-voyages-d-affaires-prudentes-en-2012-et-2013-en-europe-105033.kjsp?RH=VEILLES>
- Vellas, F. (2011). *L'impact indirect du tourisme : une analyse économique*. Récupéré sur Veille info tourisme: [http://www.veilleinfotourisme.fr/servlet/com.univ.collaboratif.utils.LectureFichiergw?ID\\_FICHIER=1333691712086](http://www.veilleinfotourisme.fr/servlet/com.univ.collaboratif.utils.LectureFichiergw?ID_FICHIER=1333691712086)

## ANNEXES

### Annexe I : POPULATION URBAINE DES AGGLOMÉRATIONS (2011)

Classement	Agglomération	Nb d'habitants en milier
1	Zürich	1204
2	Genève	530.7
3	Basel	500.6
4	Bern	355.6
5	Lausanne	342.2
6	Luzern	211.8
7	St. Gallen	151.4
8	Winterthur	142.4
9	Lugano	134.6
10	Baden-Brugg	118.8
11	Olten-Zofingen	111.9
12	Biel/Bienne	92.9
13	Thun	95.6
14	Fribourg	107.3
15	Zug	110.7
16	Aarau	89.3
17	Vevey-Montreux	93.4
18	Neuchâtel	81.3
19	Solothurn	77.1
20	Schaffhausen	66.9
21	Chur	70.5
22	Wil (SG)	71
23	Arbon-Rorschach	59.7
24	Locarno	61.5
25	Sion	62.1
26	La Chaux-de-Fonds-Le Locle	47.9
27	Heerbrugg-Altstätten	54.5
28	Chiasso-Mendrisio (Como-)	49.2
29	Rapperswil-Jona-Rüti	50.8
30	Bellinzona	50.8
31	Wetzikon-Pfäffikon (ZH)	52.4
32	Sierre-Montana	37.5
33	Monthey-Aigle	39.7
34	Brig-Visp	34.2
35	Lachen	38.3
36	Burgdorf	28.8
37	Yverdon-les-Bains	34.1
38	Stans	30.8
39	Grenchen	25.4
40	Frauenfeld	29.6
41	Lenzburg	30.2
42	Kreuzlingen (Konstanz-)	29.3
43	Amriswil-Romanshorn	26.8
44	Schwyz	26.1
45	Delémont	21.6
46	Interlaken	22.8
47	Buchs (SG) (Vaduz-)	23
48	Wohlen (AG)	23.2
49	Bulle	27.9
50	St.Moritz	15

Source : (Office fédéral de la statistique, 2013d)

## **Annexe II : RETRANSCRIPTION ENTRETIEN AVEC VINCENT MATTHEY**

J'ai tout d'abord commencé par expliquer le Travail de Bachelor et j'ai ensuite présenté la table des matières.

### **Vincent Matthey a ensuite apporté quelques commentaires et donner des informations sur le tourisme d'affaires dans la région :**

La communication innovante est à oublier tant qu'il n'y a pas l'offre disponible dans la région.

Type de réunions qui se produit beaucoup dans le Canton : inviter des collaborateurs pour apprendre des nouvelles techniques du travail.

Il n'y a pas de congrès parce qu'il n'y a pas d'infrastructures.

La communication se fait via le regroupement avec Jura les trois lacs. Il y a beaucoup de séminaires dans les hôtels qui ont une salle de conférences.

La seule infrastructure de la région : Centre de congrès de Bienne.

La capacité hôtelière doit être disponible en même temps que l'offre de salles. Sinon il y aura toujours un décalage et cela engendre des coûts gigantesques. Montreux a investi 18 millions pour maintenir les infrastructures aux normes actuelles.

Les offices de tourisme du Canton de Neuchâtel sont dans l'optique de travailler en région. Par conséquent, quand la région doit accueillir des grands groupes, on les dirige à Bienne.

Il y a une centrale de réservation. Cela signifie qu'il y a contact avec seulement une personne. Le contact fournit toutes les offres. Cela a été mis en place il y a 2 ans et ça fonctionne bien.

Brochure « Séminaires, congrès, événements » : montre les partenaires directs pour les congrès.

### **Question : Comment faire pour devenir partenaire et donc apparaître dans la brochure ?**

*Réponse : Tous les hôtels reçoivent les informations et décident s'ils veulent devenir partenaire. Il y a peu d'hôtels qui travaillent sur le segment business. Les hôtels préfèrent ce qui est local. L'idée est de parler de la région neuchâteloise et de la profiler pour des plus petits séminaires.*

Dans les demandes qu'on reçoit, les gens veulent être dans les mêmes hôtels ou dans des hôtels assez proches.

La Chx-de-Fds dispose d'environ 100 chambres et Neuchâtel de 150 chambres pour les congrès. Le but est de profiler la région dans le petit congrès ou séminaire avec une plus-value sur les animations. Pour cela, on collabore avec Goût & Région.

## **Tourisme d'affaire dans le Canton de NE**

### **Clients**

#### **1. Qui sont les clients dans le Canton de Neuchâtel ?**

Je vais plutôt parler sous l'angle Jura Les Trois Lacs. Les clients sont soit des associations ou entreprises locales qui organisent quelque chose dans les Cantons ou des entreprises externes qui veulent venir découvrir un endroit différent de Montreux ou Lugano.

Au niveau local, c'est plutôt des rencontres annuelles d'associations ou des entreprises externes nationales (qui veulent des animations originales). Au niveau suisse, c'est Suisse Tourisme qui s'occupe de ce qui est business SCIB

#### **2. Pour quel type de tourisme d'affaire viennent-ils?**

Pour des séminaires, plutôt des petites choses. Ils s'installent dans la salle du MIH ou polyexpo (4000 places) mais il faut monter toute l'infrastructure. On est limité par la capacité des hôtels.

Le plus grand hôtel de la région : Beaulac 70 chambres, capacité pour faire un séminaire ou petit congrès

#### **3. Combien de temps restent-ils en moyenne?**

Quand l'OT (office du tourisme) intervient, ça veut dire qu'il y a des nuitées. En principe 1 à 3 nuits, la grande majorité c'est 2 jours, 1 nuit.

Ce qui devient intéressant c'est quand on organise le programme pour les accompagnateurs.

#### **4. A-t-on des informations quant aux dépenses effectuées par les clients ?**

La seule moyenne qu'on dispose, c'est celle faite par la Fédération suisse du tourisme (tourisme suisse en chiffres).

#### **5. Qu'est ce qui pourrait être fait pour augmenter leurs dépenses ?**

Il faut commencer par une augmentation de l'offre hôtelière. Cela va faire venir plus de monde. Au niveau de l'offre culturelle, il y a plusieurs choix (au niveau de l'organisateur). Les organisateurs veulent parfois donner un petit souvenir et l'OT regarde ce qui est possible. Du côté des organisateurs le budget est déjà prêt.

Pour chaque congrès on remet une documentation touristique.

### **Infrastructure**

#### **6. Qu'est-ce qui est disponible ?**

- a. Nb de salle de conférences, centre de congrès
- b. Nb d'hôtels, salle de séminaire, nb chambres, lits disponibles

Guide qui se trouve sur internet

**7. Avez-vous un listing des salles de congrès pouvant être utilisées dans tout le Canton ?**

Le listing est en train de se faire. Il y a 2 types de salles : celles qui sont considérées comme des salles de séminaire et celles qui doivent être aménagées

**8. A-t-on des retours quant à la qualité ?**

On demande toujours un retour aux groupes qui ont été accueillis.

Aspects positifs : Pour les gens, c'est toujours une découverte d'une belle région qu'ils ne connaissaient pas. Bonne qualité d'accueil, les gens sont chaleureux. Paysage, beauté du lieu.

Aspects négatifs : les participants n'ont pas tous logés dans le même hôtel, problème d'infrastructure, service apéro un peu lent.

**9. Qu'est-ce qui pourrait être amélioré dans l'offre proposée?**

Si on veut vraiment accueillir des groupes, il faut créer une grande salle et des petites salles, zone d'exposition avec possibilité de manger sur place.

Exemple : Yverdon, La Marive

Il faudrait voir quelles sont les possibilités qu'on a d'avoir deux centres l'un à côté de l'autre.

Le cas de l'hôtel Touring : on parlait d'avoir les chambres. C'était intéressant.

L'idée de la nouvelle place de la gare avec des nouveaux hôtels. C'est intéressant car les gens ont tout sur place.

**Questions générales**

**10. Comment OT peut faire bouger les projets ?**

L'OT a un rôle de communication. Il y a des services économies & tourisme qui sont là pour mettre en avant les conditions cadres. L'OT peut soutenir seulement s'il y a un investisseur. Le rôle de l'OT va d'être de faire connaître les bonnes personnes. C'est difficile d'ouvrir des hôtels, mais on va soutenir des projets.

**11. Quel est le rôle de tourisme neuchâtelois dans le tourisme d'affaires ?**

Communication, organisationnels (mettre en ligne des pages de réservation)

**12. Comment pensez-vous que le tourisme d'affaires va évoluer dans la région ?**

Le but c'est d'en avoir davantage. Le fait de se mettre en ensemble avec Jura & Trois-Lacs c'est d'en avoir plus. Certains hôtels sont déjà pleins. C'est quelque chose de porteur, 2-3 investisseurs essayent d'aller plus loin.

Entreprises horlogères accueillent du monde et OT ne sait pas combien.

### **13. Avez-vous des conseils, des avertissements ?**

La grande problématique c'est l'infrastructure. Il en faut une, mais il faut faire attention de ne pas seulement prendre le Canton. Il faut prendre la région. Mais est-ce que c'est viable ?

Montreux investit mais c'est à perte. Les infrastructures sont difficilement rentables.

Il y a eu plusieurs propositions à Neuchâtel pour créer une infrastructure : par exemple utiliser hangar des trams.

On devrait avoir une nouvelle infrastructure ou une rénovation de certains lieux. Il faut essayer d'offrir des choses nouvelles en termes d'activité ou de lieu.

Les accompagnateurs ont des demandes très touristiques : voir le lac, le Creux du Van.

Il est également important de revenir aux sources : on se réapproprie des éléments horlogers. On arrive gentiment à dire que les marques sont fabriquées ici. On peut rentrer dans les entreprises. Le label Unesco a beaucoup aidé dans cette idée là. Il y a la possibilité de travailler avec les écoles horlogères. En termes d'animation et de projets, il n'y a pas de limites, à part le nombre de personnes. Il est nécessaire de faire plutôt des petits groupes

Les entreprises horlogères ne veulent pas que les touristes viennent visiter parce qu'il y a le secret professionnel. Il faut mettre en place une infrastructure de visite.

**Annexe III : HÔTELS ET CAMPINGS, PAR CANTON, 2011**

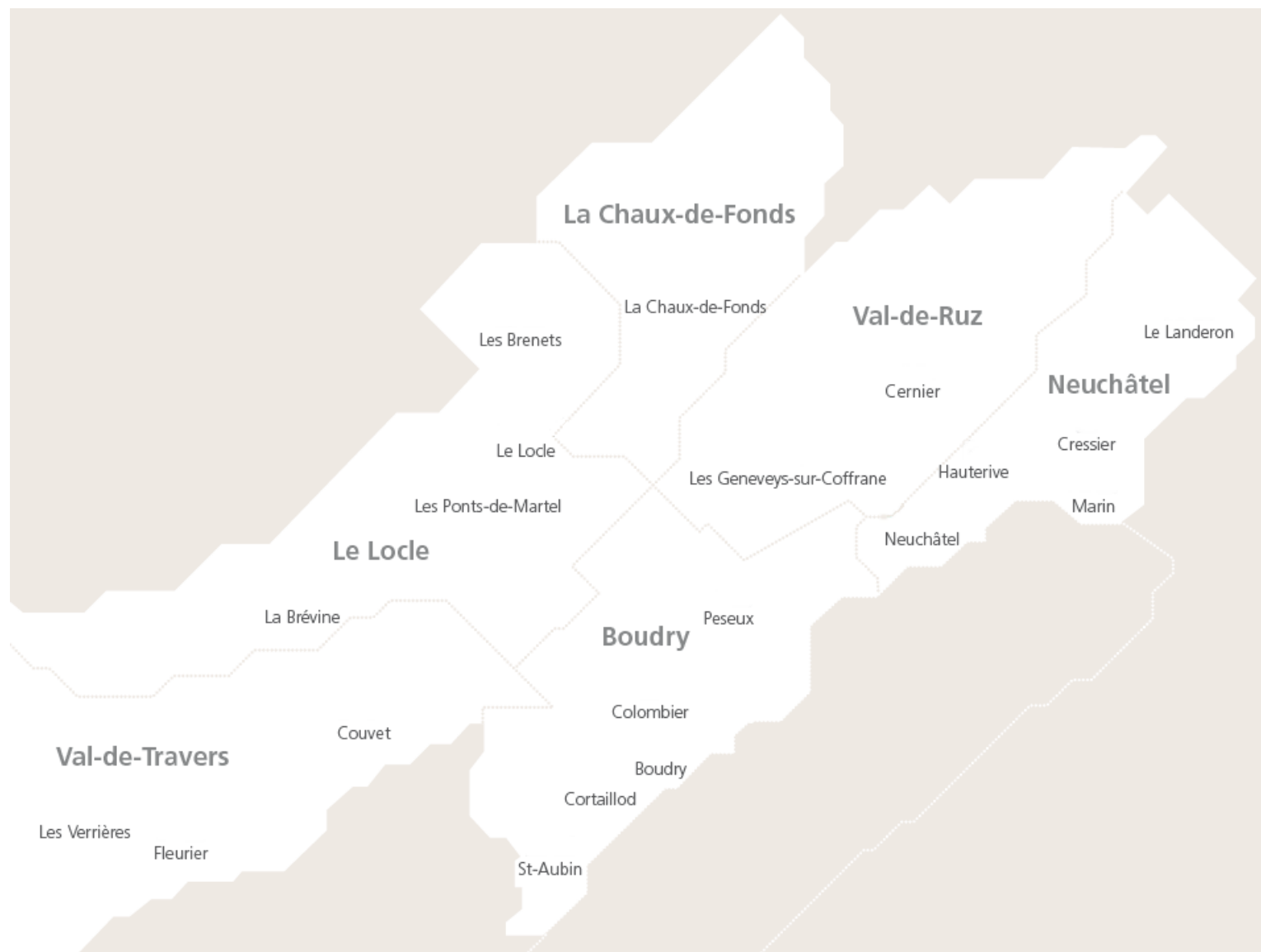
	Nombre d'établissements	Chambres disponibles	Hôtels	Nombre de campings	Campings*	
			Lits d'hôtes disponibles		Nombre d'emplacements Total	de passage
Zurich	288	13 641	23 287	16	2 038	1 008
Berne	685	17 032	33 129	75	9 123	4 894
Lucerne	190	5 952	11 211	13	1 954	928
Uri	84	1 298	2 689	7	593	468
Schwyz	105	2 386	4 621	11	1 389	423
Obwald	72	2 184	4 332	7	1 140	649
Nidwald	43	875	1 851	1	221	97
Glaris	52	751	1 623	3	420	175
Zoug	33	1 185	1 874	5	512	242
Fribourg	126	2 061	4 144	14	2 703	708
Soleure	77	1 635	2 801	3	369	163
Bâle-Ville	65	3 820	6 475	-	-	-
Bâle-Campagne	55	1 369	2 552	5	355	128
Schaffhouse	33	639	1 245	2	98	23
Appenzell Rh.-Ext.	61	964	1 713	-	-	-
Appenzell Rh.-Int.	41	605	1 856	2	406	80
Saint-Gall	257	5 057	9 690	21	2 125	760
Grisons	654	18 887	38 767	45	5 115	3 543
Argovie	165	3 217	5 319	9	959	329
Thurgovie	125	2 023	3 549	13	2 053	733
Tessin	395	8 583	16 827	36	6 239	5 216
Vaud	310	9 328	17 744	41	7 194	3 113
Valais	593	14 100	28 829	65	8 152	6 350
Neuchâtel	70	1 243	2 423	9	2 067	1 099
Genève	124	9 034	14 798	4	699	390
Jura	73	852	1 725	13	896	580
<b>Suisse</b>	<b>4 773</b>	<b>128 719</b>	<b>245 072</b>	<b>420</b>	<b>56 821</b>	<b>32 100</b>

\* Sont comptés uniquement les campings avec places de passage

Source : (Département de l'économie, Service de statistique, 2012)

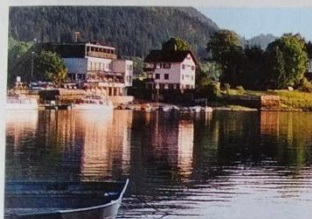


#### Annexe IV : CARTE PRÉSENTANT LES DISTRICTS DU CANTON DE NEUCHÂTEL



## Annexe V : LISTE COMPLÈTE DES HÔTELS DANS LE CANTON DE NEUCHÂTEL

### 2416 Les Brenets



#### Hôtel Les Rives du Doubs \*\*\*

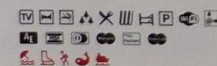
750 m | m ü. M.  
Pré-du-Lac 26  
T. +41 (0) 32 933 99 99  
F. +41 (0) 32 933 99 98  
rives-du-doubs@bluewin.ch  
www.rives-du-doubs.ch



- Hôtel confortable au bord du lac. Restaurant, terrasses et jardin. Truite maison. Carte de viandes et spécialités de poissons.
- Komfortables Hotel am See. Restaurant, Terrassen und Garten. Forelle nach Art des Hauses. Fleisch- und Fischspezialitäten.
- Comfortable lakeside hotel. Restaurant, terrace and garden. Chef's own trouts. Meat and fish menus.

1	149
2	169 - 179
	incl.

R 16 32  
2/40-80 3/30,70,100  
26 1016 30-80  
nov - mars



### 2406 La Brévine



#### Hôtel de Ville

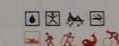
1050 m | m ü. M.  
Village 179  
T. et F. +41 (0) 32 935 13 44  
info@hotel-de-ville-labrevine.ch  
www.hotel-de-ville-labrevine.ch



- Dans un cadre rempli de charme, typique des maisons de la région, nous vous accueillons en famille. Carte saisonnière, produits du terroir, desserts maison et vins régionaux.
- In idyllischer Umgebung mit den typischen Häusern dieser Region erwartet Sie ein familiärer Empfang. Saisonale Menükarte, regionale Produkte, hausgemachte Nachspeisen und lokale Weine.
- Typical charm of the regional houses, warm welcome for families and individuals. Season's card, local produce, homemade desserts and regional wines.

1	70 - 90
2	50 - 70
3	100 - 120
4	80 - 100
	incl.

R 8 20  
2/60-150 2/60-150  
25 40 1015 20-40  
SR



### 2406 La Brévine



#### Auberge Au Loup Blanc

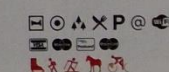
1046 m | m ü. M.  
Village 168  
T. +41 (0) 32 938 20 00  
F. +41 (0) 32 938 20 09  
info@loup-blanc.ch  
www.loup-blanc.ch



- Auberge de charme. Rendez-vous raffiné pour gourmets et sportifs. Spécialités en daubière et feu de bois.
- Gasthof mit ländlichem Charme, idealer Treffpunkt für Feinschmecker und Sportler. Schmortopf- und Holzofen-Spezialitäten.
- Very charming inn. Refined rendez-vous for gourmets and sportsmen. Specialities cooked in an earthenware pot and in wood fire.

1	110 - 130
2	60 - 90
3	120 - 160
4	80 - 110
	incl.

R 5 15 1-3/120-140  
30 48 lu









## 2300 La Chaux-de-Fonds

**Hôtel du Moulin**

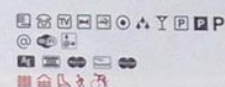
1000 m | m ü. M.  
Rue de la Serre 130  
T. +41 (0) 32 926 42 26  
F. +41 (0) 32 926 51 18  
hotelmoulin@bluewin.ch  
www.hoteldumoulin.ch

F/G3

- Hôtel garni, géré par la famille Graf depuis 1983. Internet gratuit. Parking privé, garage pour vélos.
- Hotel Garni, seit 1983 von der Familie Graf geführt. Privatparkplatz, Fahrrad-Remise.
- B&B hotel run by the Graf family since 1983. Free internet access. Private parking, garage for bicycles.

↑	↓	WC à l'étage	80 - 85
↑	↓		70 - 80
↑	↓		110
↑	↓		100
			incl.

R 19 32 1/25



## 2300 La Chaux-de-Fonds

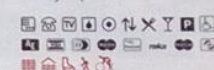
**Hôtel de France**

1000 m | m ü. M.  
Daniel-Jeanrichard 46  
T. +41 (0) 32 913 11 16  
F. +41 (0) 32 913 18 49  
www.hoteldefrance.ch

F/G3

- Hôtel garni situé au centre ville, sur la Place de la Gare. Café «Le Trocadéro», centro salernitano. Solarium, sauna, vidéo-club «Le Trocadéro».
- Hotel garni im Stadtzentrum, am Bahnhofplatz gelegen. Café «Le Trocadéro», centro salernitano. Solarium, Sauna, Video-Club «Le Trocadéro».
- Hotel garni located in city center, on Place de la Gare. Café «Le Trocadéro», centro salernitano, solarium, sauna, video-club «Le Trocadéro».

↑	↓		88
↑	↓		45 - 50
↑	↓		90 - 146
↑	↓		76
			incl. 8

R 23 39  
di jusqu'à 16h00

## 2300 La Chaux-de-Fonds

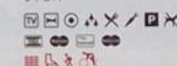
**Hôtel-Restaurant Maharajah**

1000 m | m ü. M.  
Rue de la Balance 15  
T. +41 (0) 32 968 03 40  
F. +41 (0) 32 968 40 55  
www.maharajah.ch

F/G3

- Bien centré, son restaurant vous accueillera dans une ambiance orientale pour vous servir des mets de qualité typiquement indo-pakistanaï. Menus à l'emporter et service traiteur.
- Zentrale Lage. Im Restaurant erwartet Sie orientalisches Ambiente und eine Speisekarte mit typisch indischen und pakistanischen Spezialitäten. Take away und Catering-Service.
- Well centered restaurant, oriental atmosphere and typical Indo-Pakistani restaurant serving carefully prepared meals. Take away dishes and catering service.

↑	↓		50
↑	↓		120
↑	↓		90
			incl.

R 9 13  
1/25 3/24-30-35  
15 20-50  
SR

## 2300 La Chaux-de-Fonds

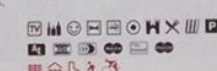
**Hôtel du 1er Mars**

1000 m | m ü. M.  
Rue du 1er Mars 7  
T. +41 (0) 32 968 28 32  
M. +41 (0) 79 401 64 56  
F. +41 (0) 32 968 90 22  
info@chezgilles.ch  
www.chezgilles.ch

F/G3

- Situé au cœur de la vieille ville, chambres rénovées et personnalisées. Mini suite. Cuisine traditionnelle, spécialités du boucher. Restaurant sur terrasse.
- Im Herzen der Altstadt, Renovierte und individuell gestaltete Zimmer, Mini-Suite. Traditionelle Küche, Metzgerei-Spezialitäten. Terrassen-Restaurant.
- Situated in the heart of the old town, renovated rooms with personal touch. Mini Suite. Traditional cuisine, butcher's specialties. Restaurant on terrace.

↑	↓		110 - 150
↑	↓		140 - 220
			incl.

R 16 44  
2/20-30 3/20-30-50  
14-18 16-50  
SR

## 2405 La Chaux-du-Milieu

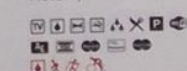
**Auberge du Vieux-Puits**

1070 m | m ü. M.  
Ariane et Olivier Maurer  
Rue du Temple 73  
T. +41 (0) 32 936 11 10  
F. +41 (0) 32 936 12 66  
www.auberge-duvieuxpuits.ch

E3

- Auberge réputée pour sa cuisine soignée. L'hôtel disposant de 10 chambres vous convaincra par son confort. Spécialité: entrecôte Oliane (bison et sauce à la moëlle).
- Landgasthof, bekannt für gepflegte Küche. Das 10-Zimmerhotel überzeugt durch seinen Komfort. Spezialität: Entrecôte Oliane (Bisonfleisch mit Marksauce).
- Well known restaurant for its beautifully prepared food. Hotel with 10 comfortable rooms. Speciality: entrecote steak Oliane (buffalo and marrow sauce).

↑	↓		90
↑	↓		140
			incl.

R 10 20 3/8-25-50  
SR 1-XII SR  
Hôtel 7/7

## 2016 Cortaillod

**Hôtel-Restaurant Le Chalet**

430 m | m ü. M.  
Chanéaz 15  
T. +41 (0) 32 843 42 42  
F. +41 (0) 32 843 42 43  
info@lechalet.ch  
www.lechalet.ch

F4

- A 9 km de Neuchâtel, établissement plein de charme entre lac et montagnes, calme, situé dans un parc de verdure, proche du lac. Chambres tout confort. Garage sur demande. Terrasse et jardin.
- 9 km von Neuenburg entfernt. Hotel im Landhausstil mit Charme zwischen See und Bergen. Ruhig, im Grünen, in der Nähe des Sees. Komfortzimmer. Garage auf Anfrage. Terrasse und Garten.
- 9 km from Neuchâtel, charming hotel between lake and mountains, quiet, green setting, close to lake. Comfortable rooms. Garage on request. Terrace and garden.

↑	↓		135 - 145
↑	↓		80 - 85
↑	↓		190 - 210
↑	↓		130 - 140
			incl.

R 17 38 2/80 120  
38 70 10-18 20-89  
SR 1-XII SR  
10-18 20-89  
P  
@ 10-18 20-89  
10-18 20-89  
10-18 20-89



## 2016 Cortaillod








### Hôtel le Buffet d'un Tram

435 m | m ü. M.  
Av. François Borel 3  
T. +41 (0) 32 842 29 92  
F. +41 (0) 32 845 04 14  
info@buffetduntram.ch  
www.buffetduntram.ch

F4

■ Filets de perche, Moules et frites. Cuisine du marché avec une belle carte de vins à des prix attractifs. Huitres en saison.  
■ Eglifilet. Muscheln mit Pommes frites. Marktfrische Küche und erlesene Weinkarte zu attraktiven Preisen. Austern während der Saison.  
■ Fillets of perch. Mussels with French fries. Market cuisine, fine wine list, attractive prices. Oysters in season.

		70
		120
		 incl.



## 2068 Hauterive

**Hôtel les Vieux Toits**

500 m | m ü. M.  
Croix d'Or 20  
T. +41 (0) 32 753 42 42  
F. +41 (0) 32 753 24 52  
hotel@vieux-toits.ch  
www.vieux-toits.ch

F/G4

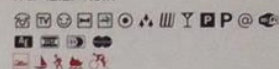
■ Le calme et le charme d'une vieille maison de vigneron à 10 min. du centre ville. Connexion internet Wi-Fi et parking gratuit. Forêt et lac accessibles en quelques minutes de marche.

■ Genießen Sie die Ruhe und den Charme eines ehemaligen Winzerhauses nur 10 Min. vom Stadtzentrum entfernt. WLAN und Parkplatz kostenlos. Nur wenige Gehminuten zum Wald und See.

■ A quiet and charming hotel in a winegrower's house 10 min. from town center. Internet Wi-Fi connection and parking: free. Forest and lake within a few minutes' walk.

1	120 - 132
11	175 - 187
111	162
	incl.

R 10 18 di (Bar)  
12.2.-7.3.11



## 2400 Le Locle

**Hôtel des Trois Rois**

920 m | m ü. M.  
Rue du Temple 29  
T. +41 (0) 32 932 21 00  
F. +41 (0) 32 931 58 72  
hoteldestroisrois@bluewin.ch  
www.hoteldestroisrois.ch

F3

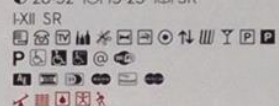
■ Au centre ville, hôtel tout confort, chambres standard ou supérieures. Parking souterrain, salle de séminaire équipée. Cuisine traditionnelle le soir et indienne midi et soir.

■ Im Stadtzentrum, gemütliches Hotel, Standardzimmer oder Superior. Parkgarage, ausgestatteter Konferenzraum. Abends traditionelle Küche, indische Küche mittags und abends.

■ Comfortable hotel in city center, standard and superior rooms. Underground parking, well equipped seminar room. Traditional cuisine for dinner and Indian food served for lunch and dinner.

1	79 - 131
11	130 - 167
	incl.

R 40 69  
80 3/30-52-96  
28-32 15-25 SR



## 2043 Malvilliers-Boudevilliers

**Hôtel-Restaurant La Croisée**

870 m | m ü. M.  
T. +41 (0) 32 858 17 17  
F. +41 (0) 32 858 17 00  
info@lacroisee.ch  
www.lacroisee.ch

F4

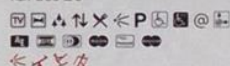
■ A mi-chemin entre Neuchâtel et La Chaux-de-Fonds (7 min.). Cuisine de brasserie campagnarde et de saison. Petit déjeuner buffet. Spécialité: steak de cheval, filets de perche.

■ Auf halbem Weg zwischen Neuchâtel und La Chaux-de-Fonds (7 min.). Ländliche, gutbürgerliche Saisonküche. Frühstücksbuffet. Spezialitäten: Pferdesteak, Eglifilets.

■ Between Neuchâtel and La Chaux-de-Fonds (7 min.). Rustic brasserie and season cuisine. Breakfast buffet. Specialities: horse steak, filets of perch.

1	110
11	155
111	195
	incl.

R 26 54  
3/2-160 4/2-200 4/2-140  
18-20



## 2037 Montezillon

**Eco-Hôtel L'Aubier \*\*\***

750 m | m ü. M.  
Les Murailles 5  
T. +41 (0) 32 732 22 11  
F. +41 (0) 32 732 22 00  
contact@aubier.ch  
www.aubier.ch

F4

■ Bio-hôtel, chambres personnalisées, boutique attrayante, restaurant avec des produits bio de notre ferme, site tranquille, superbe vue sur le lac. Salles de séminaires et banquets.

■ Bio-Hotel mit hellen, persönlichen Zimmern. Einladende Boutique, Restaurant mit Bio-Produkten vom eigenen Bauernhof, ruhige Lage mit Seeblick. Seminar- und Bankettsäle.

■ Bio-hotel with rooms all different-looking, attractive boutique, restaurant with organic products from our farm, quiet location, wonderful view of the lake. Seminar and banquet rooms.

1	130 - 160
11	170 - 220
	incl.

R 25 39 4/8-100  
2/15-120  
17 18-59



## 2037 Montmollin

**Hôtel-Restaurant de la Gare \*\***

780 m | m ü. M.  
Rte de la Tourne 9  
T. et F. +41 (0) 32 731 11 96  
hotelgare@bluewin.ch

F4

GASTRO SUISSE

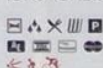
■ Vue panoramique exceptionnelle, terrasse ensoleillée. Salle pour banquets (100 pers.), grand parking privé. Produits du terroir et divers plats à discrétion.

■ Einmaliger Panoramablick, sonnige Terrasse, Bankettsaal (100 Pers.), grosser Privatparkplatz. Lokale Produkte und diverse Gerichte à discrétion.

■ Exceptional panoramic view, sunny terrace. Banquet room (100 pers.), large private parking. Local produce and several unlimited courses.

1	80
11	60
111	130 - 140
1111	180
	incl.

R 9 12 1/50 2/120-50  
15 12-36



## 2000 Neuchâtel

**Beau-Rivage Hotel \*\*\*\*\***

434 m | m ü. M.  
Esplanade du Mont-Blanc 1  
T. +41 (0) 32 723 15 15  
F. +41 (0) 32 723 16 16  
info@beau-rivage-hotel.ch  
www.beau-rivage-hotel.ch

F4

hotellerie suisse  
ISO 9001

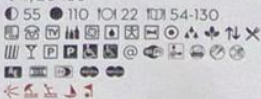
■ Splendide situation au bord du lac et centre ville. Vue sur les Alpes. Chambres et suites de grand confort. Restaurant, Veranda-Bar et terrasses face au lac. Service personnalisé.

■ Idyllische Lage direkt am See und im Stadtzentrum. Sicht auf die Alpen. Zimmer und Suiten mit luxuriösem Komfort. Restaurant, Bar-Veranda und Seeterrassen. Persönlicher Service.

■ Beautifully lakeshore and city centre location. View over the Alps. Rooms and suites with luxurious comfort. Restaurant, Veranda-Bar and lakeside terraces. Personalized service.

1	340 - 450
11	410 - 520
111	Junior Suite 640 - 840
1111	Suite 1500 - 2000
	incl. 34

R 66 130 7/20-300  
7/20-180





## 2000 Neuchâtel

**Hôtel Palafitte \*\*\*\*\***

420 m | m ü. M.  
Rte des Gouttes-d'Or 2  
T. +41 (0) 32 723 02 02  
F. +41 (0) 32 723 02 03  
reservation@palafitte.ch  
www.palafitte.ch



■ Au bord du lac, hôtel sur pilotis. Aménagement original et technologie de pointe. Terrasse privée. Restaurant gastronomique. Pavillons (junior suite) construits au bord du lac.

■ Moderne Pfahlbautenarchitektur charakterisiert dieses am und auf dem See gelegene einzigartige Hotel mit Gourmet-Restaurant. Pavillons mit aussergewöhnlicher Ausstattung. Spitzentechnologie und Privatterrasse. Pavillons (Junior-Suiten) direkt am Seeufer.

■ Lakeside hotel, built on piles. Original and high tech layout. Private terrace. Gourmet restaurant. Pavilions (junior suites) built on the lakeside.

	1.11.-28.2.	1.3.-31.10.
↑	415 - 525	540 - 715
↑↑	415 - 525	540 - 715
	35	

R 40 120  
2/10-50 2/10-40  
101 28 53



## 2000 Neuchâtel

**Hôtel Beaulac \*\*\*\*\***

434 m | m ü. M.  
Maxime Rod  
Espl. Léopold-Robert 2  
T. +41 (0) 32 723 11 11  
F. +41 (0) 32 725 60 35  
hotel@beaulac.ch  
www.beaulac.ch



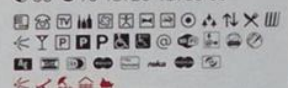
■ Magnifique situation au bord du lac et centre ville. Chambres et suites climatisées. 7 salles de conférences et banquets (2 à 300 personnes). Restaurant. Sushi-bar & Lounge.

■ Erstklassige Lage direkt am See, nahe Stadtzentrum. Angenehm klimatisierte Zimmer und Suiten. 7 Tagungs- und Banketträume (2-300 Personen). Restaurant. Sushi-Bar & Lounge.

■ Beautiful lakeside and city centre location. Air-conditioned rooms and suites. 7 conference and banquet rooms (2 to 300 people). Parking. Restaurant. Sushi-bar & Lounge.

↑	215 - 310
↑↑	260 - 355
	25

R 96 163 7/2-300 7/2-300  
38 76 101 20 35-55



## 2000 Neuchâtel

**Hôtel Alpes et Lac \*\*\***

450 m | m ü. M.  
Place de la Gare 2  
T. +41 (0) 32 723 19 19  
F. +41 (0) 32 723 19 20  
hotel@alpesetlac.ch  
www.alpesetlac.ch



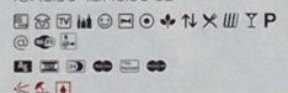
■ Hôtel entièrement renové. Chambres calmes avec vue sur le lac et les Alpes. Parquets. Restaurant et terrasse panoramiques. Salle de séminaire climatisée. Wi-Fi offert.

■ Komplet renoviertes Hotel. Ruhige Zimmer mit See- und Alpenblick. Parkettböden. Restaurant und Panorama-Terrasse. Klimatisierter Seminarraum. WLAN gratis.

■ Entirely renovated hotel. Quiet rooms with view of lake and Alps. wooden floors. Restaurant and panoramic terrace. Air-conditioned seminar room. Free Wi-Fi connection.

↑	137 - 170
↑↑	189 - 222
	incl.

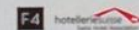
R 30 57  
1/100 2/50-120  
101 18.50 18.50-32



## 2000 Neuchâtel

**Hôtel des Arts \*\*\***

434 m | m ü. M.  
Rue J.-L. Pourtalès 3  
T. +41 (0) 32 727 61 61  
F. +41 (0) 32 727 61 62  
info@hoteldesarts.ch  
www.hoteldesarts.ch



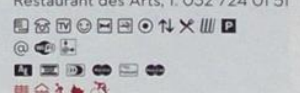
■ Hôtel moderne, proche du centre ville, 200 m. du lac, proche du funiculaire pour la gare. Appartements et suites à disposition pour familles. Découvrez nos suites Wellness. Wi-Fi offert.

■ Modernes Stadthotel, 200 m vom See entfernt, unweit der Standseilbahn zum Bahnhof. Familien-Wohnungen und -Suiten zur Verfügung. Entdecken Sie unsere attraktiven Pauschalangebote!

■ Modern hotel, close to town center, 200 m away from the lake, close to funicular going to the railway station. Apartments and suites available for families. Attractive packages!

↑	100 - 146
↑↑	169 - 225
	incl.

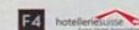
R 47 81 1/25 35 60  
I-XII 23.12.11-9.1.12



## 2000 Neuchâtel

**Hôtel de l'Ecluse \*\*\***

434 m | m ü. M.  
Rue de l'Ecluse 24  
T. +41 (0) 32 729 93 10  
F. +41 (0) 32 729 93 20  
info@hoteldelecluse.ch  
www.hoteldelecluse.ch



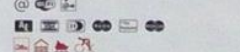
■ Petit hôtel de charme, à deux pas du centre ville. Cuisinette dans chaque chambre. Accès direct parking couvert. Connexion sans fil à internet gratuit dans toutes les chambres.

■ Stadthotel mit Charme, ein paar Schritte vom Zentrum entfernt. Alle Zimmer mit Kochnische. Parkhaus. WLAN gratis in allen Zimmern.

■ Attractive hotel, a stone's throw from the town center. Kitchenette in every room. Covered parking. Free wireless connection in all rooms.

↑	124 - 143
↑↑	158 - 196
	15

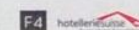
R 19 41  
101 20 35-55



## 2000 Neuchâtel

**La Maison du Prussien \*\*\***

Jean-Yves Drevet  
434 m | m ü. M.  
Au Gor du Vauseyon  
Rue des Tunnels 11  
T. +41 (0) 32 730 54 54  
F. +41 (0) 32 730 21 43  
info@hotel-prussien.ch  
www.hotel-prussien.ch



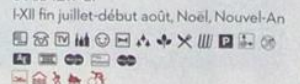
■ Ancienne brasserie du XVIII<sup>e</sup> siècle, transformée en hôtel romantique de grand confort et en restaurant gastronomique. Chacune de nos chambres a un cachet personnalisé. Cadre chaleureux et convivial.

■ Diese alte Brauerei aus dem 18. Jahrhundert wurde mit viel Hingabe restauriert und in ein komfortables Romantik-Hotel mit einem dazugehörigen gastronomischen Restaurant umgestaltet. Jedes unserer Zimmer hat eine persönliche Note. Warme und gemütliche Gastlichkeit.

■ Former 18<sup>th</sup> century brewery which has been turned into a luxurious romantic hotel with an adjoining gourmet restaurant. Each room has a personal touch. Warm and friendly atmosphere.

↑	160 - 185
↑↑	185 - 270
Junior Suite	290 - 330
	incl.

R 10 14 10-25 10-65  
65 (le soir) 110 101 35 50-165  
sa 12h+di





## 2000 Neuchâtel


**Hôtel**  
**Touring au Lac \*\*\***

434 m | m ü. M.  
 Place Numa-Droz 1  
 T. +41 (0) 32 725 55 01  
 F. +41 (0) 32 725 82 43  
 hotel@touringaulac.ch  
 www.touringaulac.ch



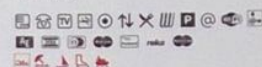
■ Hôtel situé en plein cœur de la ville, au bord du lac avec vue imprenable. Accueil chaleureux. Restaurant avec belle terrasse sur le port.

■ Hotel im Herzen von Neuchâtel mit wunderschöner Aussicht auf den See. Familiar mit herzlichem Empfang. Restaurantterrasse mit Blick auf den Hafen.

■ Hotel situated in the heart of the city, with beautiful view of the lake. Restaurant with a beautiful terrace.

1	120 - 150
11	140 - 190
	15.50

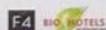
R 41 67



## 2000 Neuchâtel


**L'Aubier Café-Hôtel**

434 m | m ü. M.  
 Rue du Château 1  
 T. +41 (0) 32 710 18 58  
 F. +41 (0) 32 710 18 59  
 lecafe@aubier.ch  
 www.aubier.ch



■ Au cœur de la vieille ville, dans une ancienne bâtisse, neuf chambres au charme fou. Café lumineux avec petits déjeuners et petite restauration 100% bio ! Membre des Bio-Hôtels.

■ Im Herzen der Altstadt, in historischem Gebäude. Neun Zimmer mit besonderer Note. Helles, einladendes Café mit Frühstück und kleiner Karte 100% bio! Mitglied von Bio-Hotels.

■ In the middle of the old town, in an ancient and fully renovated house, nine charming rooms. Bright café with breakfast and snacks 100% organic! Member of the Bio-Hotels.

1	130
11	85
111	180
1111	120
	9

R 9 13 10113-18

✕ Café di+lu matin, Hôtel 7/7



## 2000 Neuchâtel


**Hôtel du Marché \***

434 m | m ü. M.  
 Place des Halles 4  
 T. +41 (0) 32 723 23 30  
 F. +41 (0) 32 723 23 33  
 info@hoteldumarche.com  
 www.hoteldumarche.com



■ Centre vieille ville. Belle salle à manger au 1<sup>er</sup> étage. Spécialités françaises et cuisine chinoise. Quinzaines gastronomiques de saison.

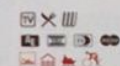
■ Im Herzen der Altstadt. Wunderschöner Speisesaal im 1. Stock. Französische Spezialitäten und chinesische Küche. Saisonale Gastronomie-Wochen.

■ In the heart of the old town. Attractive dining-room on the 1<sup>st</sup> floor. French specialties and Chinese food. First-class seasonal weeks.

1	WC à l'étage	90
11	WC à l'étage	140
		incl.

R 10 20 2/60,30

10116



## 2000 Neuchâtel


**Auberg'inn**

400 m | m ü. M.  
 Rue Fleury 1  
 T. +41 (0) 32 721 44 20  
 info@auberginn.ch  
 www.auberginn.ch



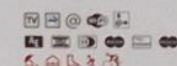
■ Dans le vieux quartier de Neuchâtel, découvrez une auberge pas comme les autres. Chaque chambre, équipée d'une kitchenette avec frigo, a une décoration unique. Thé/café offerts en chambre.

■ In der Altstadt von Neuenburg entdecken Sie eine nicht alltägliche Unterkunft. Jedes Zimmer ist speziell eingerichtet, mit Kitchenette und Kühlschrank. Tee und Kaffee gratis im Zimmer.

■ In the old town of Neuchâtel, discover an inn different from the others. Each room is specially furnished and is equipped with kitchenette and fridge. Complimentary tea/coffee.

1	100 - 110
11	150 - 170
111	195 - 225
1111	240 - 260
11111	300 - 330

R 6 24



## 2034 Peseux


**Hôtel du Vignoble**

565 m | m ü. M.  
 Châtelard 3  
 T. +41 (0) 32 731 12 40  
 F. +41 (0) 32 730 65 13



■ Grande terrasse, place de jeux pour enfants. Possibilité de location d'appartements de 2 à 4 personnes, avec cuisine, salle de bains, TV, vue sur le lac. Prix de CHF 150.- à 300.-.

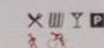
■ Grosse Terrasse, Kinderspielplatz. Möglichkeit, Wohnungen für 2 bis 4 Personen zu mieten, mit Küche, Bad, TV, Seeblick. Preis von CHF 150.- bis 300.-.

■ Large terrace, playground. Possibility to rent apartments for 2 to 4 persons, with kitchen, bathroom, TV, lake view. Price between CHF 150.- and 300.-.

1	95
11	130
	incl.

R 14 29 3/200 3/200

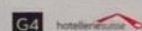
25 40 15.50



## 2072 Saint-Blaise


**Hôtel du**  
**Cheval-Blanc \*\***

435 m | m ü. M.  
 Grand Rue 18  
 T. +41 (0) 32 753 30 07  
 www.hotel-cheval-blanc.ch



■ Chambres rénovées avec goût, prix raisonnables. Hôtel garni, restaurant gastronomique ouvert sur réservation dès 10 personnes.

■ Geschmackvoll renovierte Zimmer zu günstigen Preisen. Hotel garni, Gourmet-Restaurant auf Reservierung geöffnet, ab 10 Personen.

■ Tastefully remodeled rooms, reasonable rates. Gourmet restaurant open on prior request only for groups (min. 10 persons).

1	98 - 109
11	124 - 129
	incl.

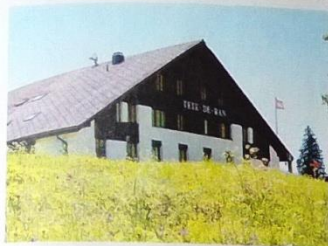
R 11 24

1/40 2/70-20





## 2052 Tête-de-Ran



## Hôtel La Clef des Champs ★

1325 m | m ü. M.  
T. +41 (0) 32 853 57 78  
F. +41 (0) 32 853 59 01  
info@hotellacledeschamps.ch  
www.hotellacledeschamps.ch

F3 hotellerie suisse

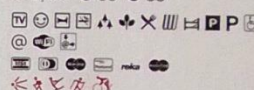
■ Situé à 15 min. de Neuchâtel et 10 min. de la Chaux-de-Fonds. Séminaire avec salles équipées, chambres familiales. Idéal pour retrouver le calme de la nature. Panorama sur les Alpes.

■ 15 Min. von Neuchâtel und 10 Min. von La Chaux-de-Fonds entfernt. Seminarangebot mit dafür eingerichteten Sälen, Familienzimmer. Idealer Ort, um die Ruhe der Natur zu genießen. Alpenpanorama.

■ Located 15 min. from Neuchâtel and 10 min. from La Chaux-de-Fonds. Seminar with equipped rooms, family rooms. Ideal place to enjoy the calm of the nature. Panoramic view of the Alps.

1	1	91
1	2	68
1	1	144
1	2	112
		14

R 16 53 10/15/50 5/70  
2/60 35 55



## 2075 Thielle



## Ibis 3 Lacs Neuchâtel-Thielle ★★

439 m | m ü. M.  
Le Verger 1  
T. +41 (0) 32 755 75 75  
F. +41 (0) 32 755 75 57  
H0531@accor-hotels.com  
www.3lacs-neuchatel.ch

G4/5 hotellerie suisse

ISO 14 001

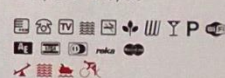
■ Terrasse, bar, piscine. Le premier enfant jusqu'à 12 ans ne paie pas la nuitée, petit déjeuner 50%, s'il dort dans la chambre des parents. Le deuxième enfant paie CHF 20.- + le petit déjeuner.

■ Terrasse, Bar, Swimmingpool. Ein Kind bis zu 12 Jahren übernachtet gratis im Elternzimmer und frühstückt zum halben Preis. Das zweite Kind zahlt CHF 20.- + Frühstück bei Übernachtung im Elternzimmer.

■ Terrace, bar, swimming pool. First child up to age 12 stays in parents' room free of charge, breakfast half price. Charge for second child: CHF 20.- + breakfast.

	week-end	week
1	99	119
1	99	119
		15

R 60 120  
3/120 3/60



## 2028 Vaumarcus



## Château de Vaumarcus

400 m | m ü. M.  
Le Château  
T. +41 (0) 32 836 36 36  
info@chateauvaumarcus.ch  
www.chateauvaumarcus.ch

E5

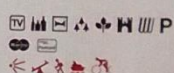
■ Une chambre d'hôte dans un cadre idyllique et reposant. Chambre Charles le Téméraire.

■ Ein Gästezimmer in idyllischem, erhsamem Rahmen. Zimmer «Karl der Kühne».

■ One guest room in idyllic and quiet setting. Room «Charles the Bold».

1	1	320
		incl.

R 1 2



## 2052 La Vue-des-Alpes



## Hôtel-Restaurant de La Vue-des-Alpes

1283 m | m ü. M.  
T. +41 (0) 32 854 20 20  
F. +41 (0) 32 854 20 29  
hotel@vue-des-alpes.ch

F/G3

■ A 15 min. de Neuchâtel, 10 min. de la Chaux-de-Fonds. Cadre idyllique, calme, vue sur les Alpes et le lac. Terrasse panoramique. Idéale pour famille.

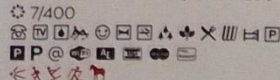
■ 15 Min. von Neuchâtel, 10 Min. von La Chaux-de-Fonds entfernt. Idyllische Umgebung, ruhige Lage, Sicht auf die Alpen und den See. Panorama-Terrasse. Ideal für Familien.

■ 15 min. from Neuchâtel, 10 min. from La Chaux-de-Fonds. Idyllic environment, quiet location, view of the Alps and the lake. Ideal for families.

1	1	90
1	2	75
1	1	140
1	2	110
		45

incl.

R 22 82 25 40 10 14.50  
19.50/60.00 4/20-50-200



**Annexe VI : QUESTIONNAIRE ENVOYÉ AUX HÔTELIERS DU CANTON DE NEUCHÂTEL**

---

# Le tourisme d'affaires dans le canton de Neuchâtel

---

Actuellement étudiante en dernière année à la HES-SO Économie & Services, filière Tourisme, j'effectue mon travail de Bachelor sur l'impact économique du tourisme d'affaires dans le canton de Neuchâtel et sur les éventuelles façons de le faire croître.

Pour cela, je vous prierais de bien vouloir remplir le questionnaire ci-dessous.

*\*Obligatoire*

---

*Nom de l'hôtel \**

---

*Quel est le profil type de votre principal-e client-e et quelle est sa provenance ? \**

---

*Quelles sont les infrastructures les plus utilisées dans votre hôtel (salle de conférence, salle de banquet, ...) et par qui ? \**

*Quel est le taux d'occupation de votre hôtel durant la semaine ? \**

---

*Quel est le taux d'occupation de votre hôtel durant le week-end ? \**

---

*Par quel moyen les clients vous contactent-ils ? \**

---

*Travaillez-vous en collaboration avec un office de tourisme, agence de voyage, DMC, etc, pour mettre en avant votre hôtel ? \**

Si oui, veuillez préciser avec quelle entité

*Quels moyens de communication utilisez-vous pour vous faire connaître auprès de vos potentiels clients ? \**

*Décrivez vos actions envers un touriste d'affaires lors de son séjour \**

*Quelles mesures pourraient être mises en place pour que vous puissiez recevoir davantage de touristes d'affaires ? \**

Par vous-même, par la commune, par le canton

Envoyer

N'envoyez jamais de mots de passe via l'outil Formulaires Google.

Ce contenu n'est ni rédigé, ni cautionné par Google.

Fourni par  
 Drive

Signaler un cas d'utilisation abusive - [Conditions d'utilisation](#) - [Clauses additionnelles](#)

**Annexe VII : EXEMPLE DE LA DEMANDE D'INFORMATIONS ENVOYÉE À LA VILLE DE BIENNE ET YVERDON-LES-BAINS SUR L'IMPACT ÉCONOMIQUE DU TOURISME D'AFFAIRES**

Monsieur,

Actuellement étudiante en dernière année à la HES-SO Économie & Services, filière Tourisme, j'effectue mon travail de Bachelor sur l'impact économique du tourisme d'affaires dans le Canton de Neuchâtel et sur les éventuelles façons de le faire croître.

Afin de faire un benchmark entre Yverdon et Neuchâtel, serait-il possible de répondre aux questions suivantes :

1. Combien de congrès / séminaires / réunions (tout type confondu) ont lieu par année à Yverdon?
2. Dans quel segment MICE la ville d'Yverdon aimerait se positionner ?
3. Quel type d'événement organisez-vous le plus souvent ?
4. Combien de chambres sont disponibles dans la ville d'Yverdon?
5. Quel est l'hôtel le plus grand d'Yverdon (en terme de chambres) ?
6. Par rapport au tourisme en général, à combien estimez-vous le tourisme d'affaires pour la ville d'Yverdon?
7. À combien estimez-vous l'impact économique du tourisme d'affaires sur la ville d'Yverdon?

En vous remerciant d'avance pour votre aide, je vous prie d'agréer mes meilleures salutations.

Bibiane Oliveira  
076 527 06 20

## **Annexe VIII :           COMMUNICATION PERSONNELLE AVEC ADRIANA CUROVIC**

**De :** Adriana Curovic [<mailto:Adriana.Curovic@j3l.ch>]

**Envoyé :** jeudi 20 juin 2013 11:59

**À :** 'Bibiane Oliveira'

**Objet :** AW: CréAtelier Tourisme d'affaires 14 .06.13

Chère Bibiane,

Je te remercie à toi, c'était vraiment un évènement très intéressant et inspirant.

Malheureusement je ne peux pas te donner une liste ou une chiffre avec des salles de tous les régions, car ça n'existe pas. Mais c'est planifié, que tous les régions en font des listes pour avoir un certain inventaire.

Pour Neuchâtel je te mets une liste en-annexe avec des salles (plutôt de commune etc. ) avec laquelle on travaille à Neuchâtel. Pas inclus sont les hôtels, l'Uni, les musées etc.

Pour Bienne tu trouves en annexe la brochure de Bienne ou tu trouves à la page 62 des localités.

Pour Yverdon-les-Bains nous avons pas du tout des infos, mais ils ont une propre brochure MICE ou les salles sont assez bien indiqué :

[http://www.yverdonlesbainsregion.ch/de/Seminare\\_Kongresse/Seminarraeume/seale\\_mit\\_groesse\\_r\\_kapazitat](http://www.yverdonlesbainsregion.ch/de/Seminare_Kongresse/Seminarraeume/seale_mit_groesse_r_kapazitat)

Comme tu le sais, Jura & Trois-Lacs est une destination nouveau et les structures sont pas encore tous tout claire. Par exemple, Yverdon est géographiquement chez nous mais politiquement pas, ça veut dire Yverdon fait pas vraiment par de notre organisation. Dans le secteur MICE on peut dire que c'est centralisé chez moi à Bienne mais en même temps Bienne, Soleure, Yverdon ont leur propre service MICE. Tu vois , c'est un peu difficile et compliqué. Le secteur de MICE est un très jeune bébé dans une organisation qui est aussi jeune, c'est pour ça, c'est difficile de te laisser parvenir des informations. Moi je connais pas mal de choses dans la région de Bienne et si les clients cherchent des salles (pour des localités qui ne sont pas dans notre brochure MICE, eux ils clairement ont la priorité) je travaille très proche avec mes collègues dans des différentes régions. Comme ça un service complet et bien pour le client est garanti.

Il faut clairement différencié entre des évènements qui était organisé en général (beaucoup beaucoup plus) et entre des évènements qui a été effectuer pas une demande directement chez nous ou a cause d'une action marketing de nous. Là il y a une grande différence. Ce qui est aussi a mentionnée c'est que, il y a beaucoup des entreprise qui voient par exemple une annonce de nous ou notre brochure et qui finalement demandent chez le prestataire directement, cette demande ne figurera pas dans nos statistiques.



Bibiane Ferreira Oliveira

Pour les évènements organisés, je peux te donner les chiffres suivants :

2011					
Total Anfragen im 2011	38				
Total Buchungen im 2011	7				
Verteilung der Buchungen auf die Regionen:					
Berner Jura (JBT) 1	Biel (TBS) 1				
Jura (JT) 1	Solothurn (SO) 2				
Murten (MU) 1					
Neuenburg (NE) 1					
2012					
Durchschnittlich wurden die Anfragen 2012 x Tage im voraus getätigt					
Kat 1	Kat 2	Kat 3	Kat 4	Kat 5	Kat 6
147.8 Tage	101.96 Tage	160.5 Tage	139.13 Tage	183.7 Tage	358 Tage
15 Anfragen	25 Anfragen	22 Anfragen	15 Anfragen	8 Anfragen	6 Anfragen
Total Anfragen im 2012	91	Zunahme in %			
Total Buchungen im 2012	17	Zunahme in %			
Verteilung der Buchungen auf die Regionen:					
Berner Jura (JBT) 4	Biel (TBS) 3				
Jura (JT) 0	Solothurn (SO) 4				
Murten (MU) 0					
Neuenburg (NE) 6					

Je m'excuse que les détails sont en allemand, mais je crois c'est quand même compréhensible.

Si tu as des autres questions n'hésite pas à me contacter de nouveau.

Cordiales salutations,

Adriana



## JURA & DREI-SEEN-LAND

ADRIANA CUROVIC | Seminar & Kongress Service MICE

Aarbergstrasse 107 A | CH-2502 Biel-Bienne

T. +41 (0) 32 328 40 18 | F. +41 (0) 32 328 40 11

[meeting@j3l.ch](mailto:meeting@j3l.ch) | [www.j3l.ch](http://www.j3l.ch)

 [Join us on Facebook !](#)

Bibiane Ferreira Oliveira

**Von:** Bibiane Oliveira [<mailto:bibiane.oliveira@scc-network.ch>]

**Gesendet:** Donnerstag, 20. Juni 2013 08:59

**An:** Adriana Curovic

**Betreff:** RE: CréAtelier Tourisme d'affaires 14 .06.13

Bonjour,

Encore une fois je tiens à te remercier d'avoir participé à l'atelier sur le tourisme d'affaires.

Je suis actuellement en train de terminer mon travail de Bachelor. Toutefois, j'aurais besoin encore de quelques informations.

Selon les informations que possède Jura & Trois Lacs, serait-il possible de savoir :

- Combien y-a-t-il de salles disponibles (pour le secteur MICE) pour les villes de La Chaux-de-Fonds, Neuchâtel, Bienne et Yverdon-les-Bains ?
- Combien d'événements ont été organisés en 2012 (ou en 2011) pour ces mêmes villes ?

En te remerciant d'avance pour ton aide, je te prie d'agréer mes meilleures solutions.

Bibiane Oliveira



## **Déclaration de l'auteur**

« Je déclare, par ce document, que j'ai effectué le travail de Bachelor ci-annexé seul, sans autre aide que celles dûment signalées dans les références, et que je n'ai utilisé que les sources expressément mentionnées. Je ne donnerai aucune copie de ce rapport à un tiers sans l'autorisation conjointe du RF et du professeur chargé du suivi du travail de Bachelor, y compris au partenaire de recherche appliquée avec lequel j'ai collaboré, à l'exception des personnes qui m'ont fourni les principales informations nécessaires à la rédaction de ce travail et que je cite ci-après : Vincent Matthey, Adriana Curovic, Catherine Margueron, Florian Némethi et Xavier Comtesse »

Bibiane Oliveira